

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Ekonomická fakulta



DIPLOMOVÁ PRÁCE

2013

Lucie Polmová

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta

Studijní program: **N 6208 – Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Podnikání malých a středních firem v regionálním cestovním ruchu

Business of Small and Medium-sized Enterprises in Regional Tourism

DP – PE – K0B 2013 17
Lucie Polmová

Vedoucí práce: Ing. Jaroslav Demel, katedra mezinárodního obchodu
Konzultant: Mgr. Eva Hornová, vedoucí oddělení cestovního ruchu Krajského úřadu Libereckého kraje

Počet stran: 90

Počet příloh: 1

Datum odevzdání: 10. května 2013

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci dne 10. května 2013

Lucie Polmová

Poděkování

Ráda bych poděkovala Ing. Jaroslavu Demelovi za vedení mé diplomové práce, za jeho cenné rady a odborné připomínky, které přispěly k jejímu úspěšnému vypracování. Dále děkuji Mgr. Evě Hornové za poskytnuté informace a za čas, který věnovala konzultacím.

Poděkování patří také mým rodičům a přátelům za morální i finanční podporu, kterou mi po dobu studia poskytovali.

Anotace

Cílem diplomové práce na téma „Podnikání malých a středních firem v regionálním cestovním ruchu“ je analyzovat podmínky podnikání v Libereckém kraji. První kapitola obsahuje teoretický úvod do problematiky drobného podnikání včetně jeho základních rysů, výhod a nevýhod. Druhá kapitola se zabývá definicí důležitých pojmů v cestovním ruchu, jeho vývojem, zhodnocením současné situace v ČR, legislativní úpravou a řízením z pohledu veřejné správy. V další kapitole jsou stanovena specifika cestovního ruchu v Libereckém kraji a jejich vliv na podnikatelské prostředí. Součástí je také rozdělení Libereckého kraje na turistické regiony. Empirická část se věnuje dotazníkovému šetření, na základě kterého jsou zjištěny podmínky drobného podnikání v regionálním cestovním ruchu z pohledu podnikatelských subjektů.

Klíčová slova

Cestovní ruch, Liberecký kraj, malé a střední podnikání, region.

Annotation

The aim of this diploma thesis on the topic of “Small and Medium-sized Enterprises in Regional Tourism“ is to analyse the conditions of business in the Liberec region. The first chapter provides a theoretical introduction to the field of small business, including its basic features, advantages and disadvantages. The second chapter deals with the definition of important terms and concepts in tourism, its development, evaluation of the current situation in the Czech Republic, legislative regulation and management from the perspective of public administration. The next chapter sets out the specifics of tourism in the Liberec region and their impact on the business environment. Also, it includes a division of the Liberec region into individual tourist regions. The empirical part focuses on questionnaire survey. It identified the conditions of small-sized businesses operations in regional tourism from the perspective of business entities.

Key Words

Liberec region, region, small and medium-sized enterprises, tourism.

Obsah

<i>Seznam zkratk</i>	11
<i>Seznam tabulek</i>	12
<i>Seznam obrázků</i>	13
<i>Úvod</i>	14
1. Malé a střední podnikání	17
1.1 Vymezení základních pojmů v podnikání	17
1.2 Rozdělení podniků podle právní formy	18
1.2.1 Podniky jednotlivce	18
1.2.2 Ostatní formy podnikání	18
1.3 Definice malého a středního podnikání	19
1.3.1 Legislativní úprava.....	21
1.3.2 SWOT analýza MSP	21
1.3.3 Programy podpory MSP	24
2. Podnik v cestovním ruchu	26
2.1 Vymezení pojmů v cestovním ruchu.....	26
2.2 CR na území České republiky	32
2.2.1 Postavení CR v ekonomice	32
2.2.2 SWOT analýza CR v ČR.....	34
2.2.3 Specifika podnikání v CR	35
Územní rozdělení ČR.....	36
2.3 Řízení cestovního ruchu v ČR	38
2.4 Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu	42
2.5 Legislativní předpisy upravující podnikání v cestovním ruchu	44

3. Regionální cestovní ruch v Libereckém kraji.....	46
3.1 Předpoklady cestovního ruchu.....	46
3.2 Organizace cestovního ruchu v Libereckém kraji	51
3.3 Podmínky podnikání v CR Libereckém kraji	54
4. Vlastní analýza podnikání v cestovním ruchu v Libereckém kraji.....	63
4.1 Cíle a předpoklady	63
4.2 Metoda zkoumání	64
4.2.1 Dotazník.....	64
4.3 Zkoumaný vzorek.....	65
4.4 Získané údaje a jejich interpretace	66
4.5 Vyhodnocení	76
4.6 Možnosti řešení	78
4.6.1 Změna legislativy	78
4.6.2 Zlepšení spolupráce podnikatelských subjektů s orgány veřejné správy.....	79
Závěr	81
Seznam použité literatury.....	84
Seznam příloh	89

Seznam zkratek

ACK	Asociace cestovních kanceláří
AHRCR	Asociace hotelů a restaurací České republiky
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
HO.RE.KA	Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu
CHKO	Chráněná krajinná oblast
KRNAP	Krkonošský národní park
LK	Liberecký kraj
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MSP	Malé a střední podnikání
OSA	Ochranný svaz autorský
OSN	Organizace spojených národů
ROH	Revoluční odborové hnutí
TUL	Technická univerzita v Liberci
UNESCO	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu (<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>)
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu (<i>United Nations World Tourism Organization</i>)

Seznam tabulek

Tab. 1- Kritéria pro vymezení malých a středních podniků (v Eurech)	19
Tab. 2 - SWOT analýza malého a středního podnikání.....	23
Tab. 3 – Podíl CR na HDP (v %).	32
Tab. 4 – Zaměstnanost v CR	33
Tab. 5 – SWOT analýza současných trendů CR v ČR	34
Tab. 6 – Návrh nové organizační struktury CR	43
Tab. 7 - Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních na 1000 obyvatel podle krajů (2011). ..	49
Tab. 8 – Schéma strategických dokumentů CR v ČR	51
Tab. 9 - Ekonomické subjekty celkem podle kategorie počtu zaměstnanců.....	56
Tab. 10 – Kategorizace hromadných ubytovacích zařízení	65
Tab. 11 – Počet zaměstnanců firem podnikajících v CR v LK	67
Tab. 12 – Struktura odpovědí na otázku, zda je legislativa podnikání v CR dostatečná.....	68
Tab. 13 – Struktura odpovědí na otázku, zda firmy vědí o státní podpoře	69
Tab. 14 – Struktura odpovědí na otázku, zda firmy spolupracující s ostatními podnikateli.....	70
Tab. 15– Struktura odpovědí na otázku ohledně členství v organizacích CR.....	71
Tab. 16 – Struktura odpovědí na otázku ohledně návštěvnosti LK	73
Tab. 17 – Struktura odpovědí na otázku na téma, zda subjekty plánují investice	74
Tab. 18 – Struktura odpovědí na otázku ohledně lokality provozoven	75

Seznam obrázků

Obr. 1 - Vývoj malého a středního podnikání (1995 – 2005).....	20
Obr. 2 - Vývoj počtu zaměstnanců v MSP (2001-2011)	20
Obr. 3 - Odhad celkového počtu zahraničních návštěvníků (mil.).....	33
Obr. 4 - Rozdělení ČR (NUTS 2)	37
Obr. 5 - Počet přenocování na 1000 obyvatel (2011).....	49
Obr. 6 - Otázka ze sociologického šetření LK na téma podpora cestovního ruchu	57
Obr. 7 – Otázka ze sociologického šetření LK na téma legislativa podnikání v ČR.....	59
Obr. 8 – Otázka ze sociologického šetření LK na téma změna legislativy v ČR	60
Obr. 9 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 1	66
Obr. 10 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 2	67
Obr. 11 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 4	69
Obr. 12 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 5	70
Obr. 13 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 7	71
Obr. 14 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 8	73
Obr. 15 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 9	74
Obr. 16 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 10	75
Obr. 17 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 10	75

Úvod

Cestovní ruch je spojen s člověkem v různých formách od počátku jeho existence, první zmínky pocházejí již ze starověkého Řecka. Zatímco dříve byl uskutečňován především z praktických důvodů jako je obchod či objevování nových území, v dnešní době slouží zejména jako forma odpočinku, zábavy a relaxace. V posledních desetiletích se výrazně zvýšil počet lidí cestujících za poznáním a cestovní ruch se tak díky globalizačním procesům stal celosvětovým fenoménem s rychlým tempem růstu.

Také v ČR patří CR mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví přispívající svojí neodiskutovatelnou částí do rozpočtu národní ekonomiky. CR bývá označován jako průřezové odvětví, což v praxi znamená, že svojí činností zasahuje do řady dalších oblastí, jako je zemědělství nebo stavebnictví. To se odráží na velikosti jeho podílu na HDP, který v posledních letech osciluje kolem 2,7%. Cestovní ruch je také význačným zdrojem zaměstnanosti – v současné době zaměstnává v České republice podle údajů ČSÚ téměř 300 000 lidí.¹

Přestože Liberecký kraj patří, co se rozlohy týká, mezi nejmenší kraje České republiky, na cestovním ruchu se podílí nezanedbatelným způsobem. To je zapříčiněno zejména příznivými přírodními podmínkami a četnými atraktivitami, kterými kraj disponuje. I přes bohatou bižuterní a textilní historii se zde však v současnosti podnikání příliš nedaří a ve velikosti HDP v přepočtu na jednoho obyvatele se ocitá na dně tabulky krajů. Jaké jsou podmínky podnikání v CR a zda je situace opravdu tak tristní bude předmětem analýzy této práce.

Téma „Podnikání malých a středních firem v regionálním cestovním ruchu jsem si pro svoji diplomovou práci vybrala především díky osobnímu vztahu, který mám k cestování, cizím jazykům a k oblasti cestovního ruchu obecně.

¹ *Modul zaměstnanosti cestovního ruchu*, [online]. Praha: ČSÚ, 2013. [vid. 2013-05-1]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

Ovlivnil mě také fakt, že jsem zaměření cestovní ruch studovala na střední škole. Ztotožňuji se s myšlenkou, že cestovní ruch je odvětvím budoucnosti a pevně doufám, že se mi jednou podaří právě v tomto oboru zúročit své vědomosti a jazykové dovednosti.

Hlavním cílem práce je analyzovat podmínky podnikání cestovního ruchu v Libereckém kraji a zhodnotit, zda výsledky dotazníkového šetření na dané téma odpovídají skutečnostem, které uvádí dostupná literatura.

Úvod první kapitoly je věnován základním pojmům souvisejícím s podnikáním a dále se bude zabývat problematikou malého a středního podnikání, které tvoří v České republice více než 99% všech podnikatelských subjektů. Zaměří se zejména na jeho výhody i nevýhody a současné postavení v ekonomice znázorněné pomocí SWOT analýzy. Na závěr bude zjištěno, jaké jsou možnosti čerpání státní podpory a legislativní podmínky MSP.

Druhá kapitola bude zasvěcena oblasti cestovního ruchu. Nejprve budou definovány důležité pojmy cestovního ruchu, které jsou nezbytné pro další porozumění. Podrobněji bude popsán vývoj cestovního ruchu až do současnosti, kdy se toto odvětví významně podílí na tvorbě HDP. Zde se klade důraz na specifika podnikání, kterými se podnik v cestovním ruchu odlišuje od ostatních. Jsou jimi zejména produkce služeb, jež nelze vyrábět do zásoby a sezónnost. Dále bude vysvětlena problematika územního rozdělení a řízení cestovního ruchu v ČR. Jak se později ukáže, jedná se o složitou otázku, kterou by mělo vyřešit zavedení Nového zákona o podpoře a řízení CR.

Ve třetí kapitole bude zhodnocena úroveň cestovního ruchu v Libereckém kraji. Ta je z části závislá na přírodních a kulturních předpokladech a dosahuje uspokojivých výsledků. Profil typického návštěvníka poukáže na fakta, která nejvíce přitahují příchozí či potenciální návštěvníky do jednotlivých turistických regionů Libereckého kraje. Na závěr této kapitoly budou formulovány výchozí podmínky podnikání v CR v Libereckém kraji a možnosti, které nabízí regionální podnikatelské prostředí.

Čtvrtá kapitola je založena na empirickém výzkumu. Jeho cílem bylo zjistit podmínky podnikání v Libereckém kraji z pohledu samotných podnikatelů. Elektronického dotazníkového šetření se zúčastnilo téměř 500 hromadných ubytovacích zařízení. Pro větší výpovědní hodnotu byl vybrán pouze tento segment cestovního ruchu. I přes nízkou návratnost, která činila 20 %, se podařilo zajistit dostatečný počet vzorků pro relevantní výsledky. Ty byly následně zpracovány a z jejich struktury byly vyvozeny platné závěry.

1. Malé a střední podnikání

Na úvod je nezbytné definovat několik základních pojmů, které budou použity v celém rozsahu této práce.

1.1 Vymezení základních pojmů v podnikání

Podnikání je v České republice definováno podle obchodního zákoníku jako „...soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.“²

Podnikatelem může být právnická nebo fyzická osoba, která splnila řadu podmínek vyplývajících ze zákona, a bylo jí uděleno živnostenské oprávnění. Živnostenským oprávněním se rozumí živnostenský list nebo koncesní listina, které uděluje živnostenský úřad či jiné státní instituce. Všeobecné podmínky pro získání oprávnění jsou: trestní bezúhonnost, plnoletost, odborná způsobilost a způsobilost k právním úkonům.

Podnik je pak dle obchodního zákoníku chápán jako soubor hmotných, nehmotných a osobních prvků podnikání, jehož součástí jsou věci, práva a obchodní majetek podniku. Podniky můžeme členit do skupin podle několika různých aspektů, jako je například velikost, typ výroby nebo právní forma.³ Podle Synka (1996, s. 18) jsou hlavními rysy, které podnik diverzifikují od ostatních institucí, ekonomická samostatnost a právní subjektivita. Jinými slovy, podnik má způsobilost k právům a povinnostem, podniká svým jménem, na svůj účet a svoje riziko.⁴

² Česko. Zákon č. 513 Obchodní zákoník ze dne 5. listopadu 1991, In: *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky*. 1991. ISSN 1210 - 0005, dostupné také z:

<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>

³ SYNEK, M. *Podniková ekonomika*, 2006, s. 9. ISBN 80-717-9892-4.

⁴ SYNEK, M. *Nauka o podniku*: Učební texty pro bakalářské studium, 1996, s. 18. ISBN 80-707-9892-0.

1.2 Rozdělení podniků podle právní formy

Při zakládání podniku je významným rozhodnutím výběr právní formy. Každá forma má svoje výhody a nevýhody a její volba závisí především na činnosti, kterou má podnikatel v úmyslu vykonávat.

1.2.1 Podniky jednotlivce

Nejčastějším způsobem, jak provozovat podnik jednotlivce je živnost.

Ohlašovací živnosti – k jejich provozování stačí splnění všeobecných podmínek a ohlášení. Dále se dělí na:

- **Živnosti řemeslné** – podmínka vyučení v oboru a praxe
- **Živnosti vázané** – nutnost získání průkazu způsobilosti
- **Živnosti volné** – není třeba odborná způsobilost

Ohlašovací živnosti dále dělíme podle předmětu podnikání na výrobní, obchodní a poskytující služby.

Živnosti koncesované – mohou být provozovány pouze po získání koncesního povolení, které vydává živnostenský úřad. K jeho získání je třeba splnění zvláštních podmínek a mezi koncesované živnosti patří např. taxislužba nebo cestovní kancelář. Živnostenský úřad má na starost také živnostenský rejstřík, který je seznamem podnikatelů provozujících svoji živnost.

1.2.2 Ostatní formy podnikání

V případě více zakladatelů a větších finančních prostředků lze považovat za vhodnou formu výběru obchodní společnost. Ty se dále dělí na osobní společnosti, kapitálové společnosti, družstva a veřejné podniky.

1.3 Definice malého a středního podnikání

Společnosti lze dělit na malé, střední a velké podle několika kritérií. Nejvíce používaným kritériem je počet zaměstnanců, avšak je možné setkat se i s dalšími jako je např. obrat. Právní úprava České republiky vychází z legislativy Evropské unie, konkrétně z nařízení Evropské komise ES 364/2004 a používá k rozdělení kombinaci těchto dvou kritérií. Dle tohoto nařízení se podniky se dělí následovně:⁵

Tab. 1- Kritéria pro vymezení malých a středních podniků (v Eurech)

Velikost	Počet zaměstnanců	Obrat	Aktiva rozvahy
Střední podnik	< 250	< 50 mil.	< 43 mil.
Malý podnik	< 50	< 10 mil.	< 10 mil.
Mikro podnik	< 10	< 2 mil.	< 2 mil.

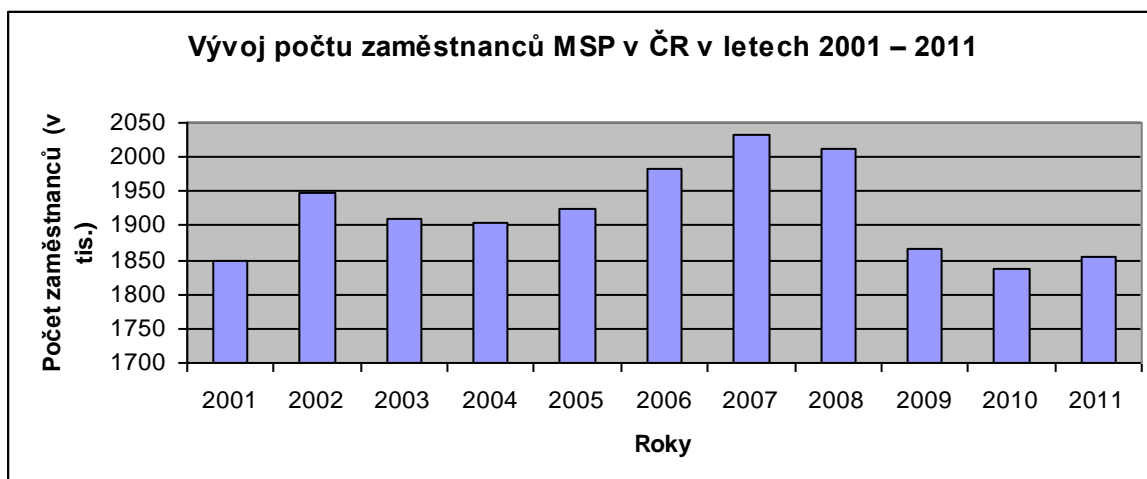
Zdroj: Webové stránky Komise Evropské unie (dále jen EU)

Malé a střední podnikání (dále jen MSP) je bezesporu nedílnou součástí tržní ekonomiky ČR. Stejně jako ve většině rozvinutých zemí, také u nás tvoří více jak 99 % všech podnikatelských subjektů.

V roce 2011 činil podíl zaměstnanců v MSP na celkovém počtu zaměstnanců 60,85 %. Vývoj zaměstnanců v MSP je znázorněn na grafu č. 1. MSP tvoří cca 51 % vývozu a cca 56 % dovozu. Na hrubém domácím produktu (dále jen HDP) se pak MSP podílelo nezanedbatelnou částí 36, 2 %. Ministerstvo pro místní rozvoj rozdělilo díky Národnímu programu podpory cestovního ruchu dotace 38 projektům MSP v celkové výši téměř 65 mil. Kč.⁶

⁵ SYNEK, M. *Podniková ekonomika*, 2006, s. 73-74 a 346 – 347. ISBN 80-717-9892-4.

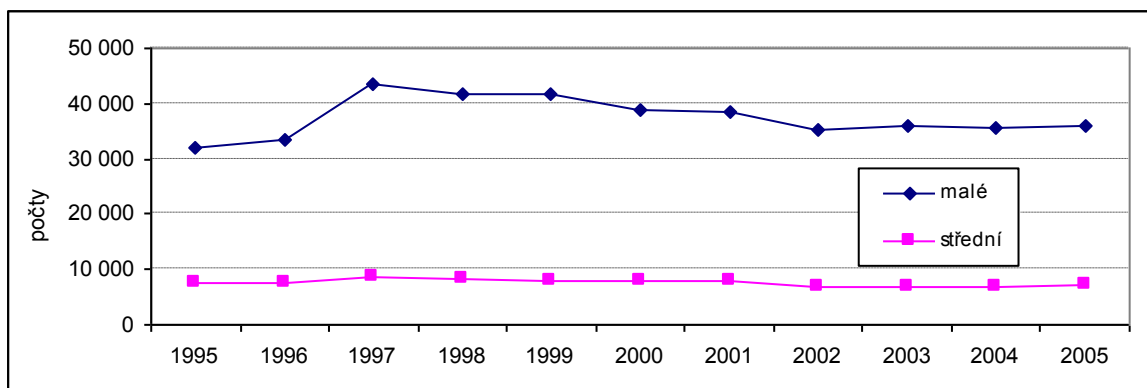
⁶ *Zpráva o vývoji MSP a jeho podpoře v roce 2011*, [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011 [vid. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument105614.html>



Obr. 1 - Vývoj počtu zaměstnanců v MSP (2001-2011)

Zdroj: Vlastní úprava dle ČSÚ

Jak se vyvíjel počet podnikatelských subjektů MSP v posledních letech, je znázorněno v následujícím grafu. Poslední roky je patrný vliv špatné ekonomické situace panující v ČR, který působí zejména na malé podniky.



Obr. 2 - Vývoj malého a středního podnikání (1995 – 2005)

Zdroj: Český statistický úřad (dále jen ČSÚ)

Malý a střední podnik je definován:

- **Počtem zaměstnanců**, který nesmí přesáhnout 250 osob
- **Obratem**, který za poslední období činil méně než 1.450 mil. Kč
- **Velikostí aktiv v rozvaze**, která činí méně než 980 mil. Kč

Nezávislost podniku určuje max. 25 % podílu nebo kap. účasti jiného vlastníka⁷

1.3.1 Legislativní úprava

V ČR upravuje MSP zákon č. 47/2002 Sb. O podpoře malého a středního podnikání. Jsou v něm obsaženy nástroje státní podpory (návrtná finanční výpomoc, dotace, finanční příspěvek, záruka, úvěr se sníženou úrokovou sazbou) a oblasti podpory (investiční projekty, inovace, projekty zaměřené na vědu a výzkum, získávání informací a další.)⁸. Žadatelé o podporu musí mít trvalý pobyt nebo sídlo na území ČR a od 1. ledna 2005 splňovat kritéria stanovená Evropskou unií. Tato definice je obsažena v Nařízení Evropské komise ES 364/2004 a její podmínky jsou zmíněny výše.⁹

1.3.2 SWOT analýza MSP

Stejně jako ostatní formy podnikání, má i MSP svoje slabé a silné stránky. Pro budoucí vývoj MSP je důležité zaměřit se na příležitosti a hrozby a zvýšit tak konkurenceschopnost drobných podnikatelů v podnikatelském prostředí.

⁷ RYDVALOVÁ, P. *Malý a střední podnikatel*: Učební texty pro bakalářské studium. 2004, s. 5-10. ISBN 80-708-3809-4

⁸ Česko. Zákon č. 47 ze dne 11. ledna 2002 o podpoře malého a středního podnikání, In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2002, částka 20. ISSN 1211-1244. dostupné také z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zakon-podpora-maleho-stredniho-podnikani-4691.html>

⁹ *Uplatňování definice MSP*, [online]. Praha: Businessinfo.cz, 2009. [vid. 2013-02-11] dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/uplatnovani-nove-definice-maleho-a-13654.html>

Výhody malého a středního podnikání

Díky malému počtu zaměstnanců jsou malé a střední podniky lépe říditelné, daleko pružněji reagují na změny, k jejich založení a provozu je zapotřebí nižších nákladů, jsou schopny vyplňovat mezery na trhu, které nepokrývají velké podniky, zajišťují zaměstnanost na malých městech a obcích a tím podporují rozvoj hospodářsky slabších regionů.

Nevýhody malého a středního podnikání

Zde se objevují veškeré slabé stránky, které malé podnikatele znevýhodňují oproti velkým firmám. Patří mezi ně malý tržní podíl, nedostatečná kapitálová vybavenost podniku, horší informovanost v oblasti legislativních či daňových předpisů a v neposlední řadě také bariéry při vstupu na nové, například zahraniční trhy.¹⁰ Lze zmínit i nižší úspěšnost na poli veřejných soutěží o státní zakázky, neschopnost získat do řad zaměstnanců odborné kapacity na vysoké úrovni a nemožnost konkurovat velkým firmám uplatňující dumpingové ceny.¹¹

Tyto informace jsou přehledně uspořádány ve SWOT analýze, kterou vypracovalo Ministerstvo průmyslu a obchodu k příležitosti vytvoření Koncepce MSP na 2014-2020. Následující tabulka je její stručnou rekapitulací.

¹⁰ SYNEK, M. *Podniková ekonomika*, 2006, s. 348 - 349. ISBN 80-717-9892-4.

¹¹ VEBER, M., J. SRPOVÁ a kol. *Podnikání malé a střední firmy*, 2012, s. 22-23. ISBN 978-80-247-4520-6.

Tab. 2 - SWOT analýza malého a středního podnikání

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - Obecné výhody MSP (přizpůsobivost – viz výše), - Rostoucí snaha podniků MSP o inovaci; - Vysoká motivace k výkonu u vlastníků firem; 	<ul style="list-style-type: none"> - Obecné nevýhody MSP - Překážky při získávání úvěrů; - Malá ochrana práv duševního vlastnictví; - Nízká míra kooperace v MSP; - Nedostatečné odborné znalosti; - Malá úspěšnost při veřejných zakázkách; - Vysoká závislost na odbytu a dodavatelích;

Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> - Využití podpor pro MSP; - Vstup na nové (zahraniční) trhy; - Rozvoj výzkumu a inovací; - Rozvoj technologie a nákup vybavení; - Investice do školicích středisek; - Zlepšení dostupnosti veřejných zakázek; - Využití alternativních zdrojů energie; 	<ul style="list-style-type: none"> - Nedostatek kvalifikovaných pracovníků, - Legislativní překážky, - Malá ochrana práv duševního vlastnictví; - Nezájem o vstup na nové trhy; - Nedostatek investičních aktivit; - Neschopnost dosažení vyšší úrovně podnikání; - Absence moderních technologií;

Zdroj: Vlastní úprava dle Koncepce MSP 2014+

Přestože se malé a střední podniky podílejí nezanedbatelnou částí na ekonomické produkci, jejich existence není v konkurenci obchodních gigantů nijak jednoduchá. Díky jejich významu se vláda ČR snaží podpořit jejich činnost a vytvořit vhodné podmínky pro ekonomický růst. Hlavním cílem je snižování nákladů prostřednictvím podpor financovaných státem a také motivování podnikatelů k využívání finančních výhod, které nabízejí programy EU.¹²

¹² *Koncepce MSP 2014+* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012 [vid. 2013-02-15]. Dostupné také z: download.mpo.cz/get/47605/54370/599916/priloha002.pdf

Obečními podmínkami pro žádost o podporu jsou vypořádání závazků žadatele vůči státnímu rozpočtu, uskutečnění projektu na území ČR a nutnost příslušnosti k dané kategorii, ve které jsou podpory udělovány.¹³

V současné době byla schválena Koncepce pro podporu malých a středních podnikatelů na období 2014 – 2020, jejímž cílem je vymezení odvětví podnikání, která v tuto chvíli nejvíce zaostávají a je třeba se na ně v následujícím období zaměřit. Prioritou koncepce bude snaha o inovace, od kterých si ministerstvo slibuje zlepšení konkurenceschopnosti a zlepšení postavení MSP v národní ekonomice, ale také na trzích v celoevropském měřítku. Dále se zaměří také na snižování energetických nákladů pomocí alternativních zdrojů energie, které jsou mimo jiné prospěšné životnímu prostředí. V neposlední řadě je v plánu odstranění administrativních překážek a zlepšení informovanosti díky poradenským službám pro MSP. K financování těchto činností bude docházet ze statutárních fondů EU a částečně i z finančních prostředků ČR prostřednictvím dotací, programů, záruk či úvěrů.¹⁴

Nejdůležitějším poskytovatelem těchto programů je Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s. Dalším subjektem je také např. Česká exportní banka.

1.3.3 Programy podpory MSP

- **Bankovní záruky** – Snaha o poskytnutí bankovních úvěrů, leasingu nebo rizikového a rozvojového kapitálu za výhodných podmínek.

¹³ RYDVALOVÁ, P. *Malý a střední podnikatel*: Učební texty pro bakalářské studium. 2004, s. 10. ISBN 80-708-3809-4.

¹⁴ *Koncepce MSP 2014+* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012 [vid. 2013-02-15]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/shrnuti-navrhu-koncepce-msp-2014-plus-3331.html?utm_source=portal&utm_medium=web&utm_campaign=clanky_souvisejici

Jeden žadatel může získat všechny druhy záruk současně a v průběhu roku mu může být poskytnut i větší počet záruk.¹⁵

Program ZÁRUKA

„Zvýhodněná záruka je poskytována až do výše 70 % jistiny zaručovaného bankovního úvěru na dobu maximálně 6 let (od data podpisu smlouvy o záruce). Zaručovány mohou být úvěry do výše 5 mil. Kč. Příjemce podpory hradí pouze část ceny záruky do výše až 0,3 % p. a. z výše záruky. Současně s poskytnutím záruky je mu poskytnut finanční příspěvek 1,2 % p. a. z výše záruky k úhradě zbývajících částí ceny záruky.“¹⁶

- **Zvýhodněné úvěry** – Do této kategorie spadají investiční úvěry se zvýhodněnou úrokovou sazbou (**program KREDIT**) a bezúročné úvěry (**program START**), jejichž doba splatnosti je 6 let. Banka uděluje úvěry až do vyčerpání úvěrových zdrojů.
- **Příspěvky na úhradu úroků** – Tyto příspěvky jsou udělovány maximálně po dobu 4 let pouze k investičním úvěrům ve výši 3-5 % p. s. z částky úvěru.
- **Ostatní příspěvky** – Jedná se zejména o příspěvky na zvýšení zaměstnanosti, na získání certifikátu nebo na činnosti sdružení.¹⁷

¹⁵ RYDVALOVÁ, P. *Malý a střední podnikatel*: Učební texty pro bakalářské studium. 2004, s. 11. ISBN 80-708-3809-4.

¹⁶ *Program ZÁRUKA*, [online]. Praha: Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s., 2004 [vid. 2013-02-15]. Dostupné z: <http://www.cmzrb.cz/tiskove-centrum/archiv-novinek/zaruky-pro-male-podnikatele>

¹⁷ RYDVALOVÁ, P. *Malý a střední podnikatel*: Učební texty pro bakalářské studium. 2004, s. 12-16. ISBN 80-708-3809-4

2. Podnik v cestovním ruchu

2.1 Vymezení pojmů v cestovním ruchu

Definicí cestovního ruchu (dále jen CR) existuje velká řada, avšak žádná z nich není zcela dostačující. V důsledku vývoje cestovního ruchu se vyvíjely také jednotlivé definice. Zjednodušeně je možné říci, že cestovní ruch je průmysl, zajišťující veškeré služby spojené s cestováním a turistikou:

- Ubytovací služby
- Doprava
- Stravovací služby
- Zprostředkovatelé
- Atrakce
- Organizace

První zlomová definice, ve které byla vymezena většina pojmů souvisejících s CR, vznikla na konferenci Světové organizace cestovního ruchu (dále jen UNWTO) v Ottavě v roce 1991 ve znění: „*CR znamená dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, ne déle než 1 rok, zpravidla ve volném čase za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi.*“¹⁸

Účastníci cestovního ruchu jsou podle definice Organizace spojených národů (dále jen OSN): „*Osoby, které cestují na dobu delší než 24 hodin do jiné země než země, než je země jejich trvalého pobytu, a to:*

¹⁸ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 17-18. ISBN 978-80-247-4039-3.

- *Pro zábavu, za účelem vyřízení rodinných záležitostí a pro zlepšení zdravotního stavu,*
- *Aby se účastnily různých akcí, které mají vědecký, administrativní, náboženský nebo jiný charakter*
- *Za vyřizováním určitých záležitostí (i obchodních).“*

V roce 1991 rozšířila UNWTO tuto definici o specifikaci následujících pojmů. Nebyly však přijaty všemi zeměmi světa, což v současné době působí značené problémy například při sběru statistických dat, neboť každá země vykládá tyto pojmy po svém.

- **Návštěvník** – osoba, která cestuje do jiného místa, než je místo bydliště, za jiným účelem než je výdělečná činnost a doba jeho pobytu zpravidla nepřekročí 12 měsíců.
- **Turista** – je dočasný návštěvník, který se v místě pobytu zdrží více než 24 hodin (součástí jeho pobytu je také přenocování), za účelem využití volného času.
- **Výletník** - osoba, která se v místě návštěvy zdrží pouze jeden den, aniž by přenocovala.¹⁹

Za **Destinaci** je považována turistická oblast, definovaná geograficky, bez administrativních hranic, se společnými rysy, kterou si turista vybírá za cíl své cesty.²⁰

Formy cestovního ruchu

- **Rekreační** - provozuje se za účelem regenerace fyzických a duševních sil člověka na přírodních místech, které jsou vhodné k těmto aktivitám
- **Kulturně-poznávací** – cílem turistů jsou historické a kulturní památky.
- **Sportovně-turistický** – je realizován především zájemci o aktivní formy odpočinku, ale je zde možné zařadit také pasivní návštěvu sportovních akcí.

¹⁹ PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2007, s. 34-35. ISBN 978-808-5970-555.

²⁰ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 19. ISBN 978-80-247-4039-3.

- **Léčebný a lázeňský** – jeho obsahem je regenerace fyzických a duševních sil díky přírodním léčebným zdrojům.
- **Specifický CR** – kongresový, chalupářský, náboženský a další.

Třídění cestovního ruchu podle místa pobytu

- **Domácí CR** – Pohyb osob žijících v dané zemi, při kterém nedojde k překročení hranice.
- **Zahraniční cestovní ruch aktivní** – příjezd cizinců do ČR.
- **Zahraniční cestovní ruch pasivní** – výjezdy obyvatelů České republiky za hranice země.
- **Tranzitní cestovní ruch** – Průjezd státem, který není cílem cestování. Zpravidla nedochází k přenocování. Dalším případem je mezipřistání letadla, při kterém nedojde k pasové kontrole a celnímu odbavení.²¹

Specifika trhu cestovního ruchu

Podnikání v CR je spíše dlouhodobou záležitostí, neboť dochází k sezónním výkyvům, které ve značné míře ovlivňují výsledek hospodaření. Důležité je zmínit, že na rozdíl od výrobních odvětví, v cestovním ruchu nelze vyrábět produkt do zásoby, a navíc je jeho produkce vázána na ostatní služby a také přírodní podmínky. Poptávka po produktu je ovlivněna neekonomickými faktory, jako je např. počasí. Trh cestovního ruchu má mezinárodní charakter.

Vývoj cestovního ruchu

Podle Ryglóvé byl v minulých dobách cestovní ruch uskutečňován nejčastěji z obchodních či vojenských důvodů, oproti tomu současný CR je provozován ve volném čase, za účelem rekreace nebo poznání. Stal se tak nedílnou součástí národního hospodářství a zařadil se mezi nejdůležitější ekonomické činnosti vůbec.

²¹ RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 2009, s. 13. ISBN 978-807-4180-286.

Aby byl rozvoj CR úspěšný, musí být splněny 3 základní podmínky: dispozice volného času, volné finanční prostředky, které zbývají po zajištění základních životních potřeb a bezpečnost destinace. Zatímco první dva faktory jsou nyní oproti dřívějším dobám na vysoké úrovni, některé destinace jsou i v současné moderní době poněkud rizikové. Příčinou masivního rozvoje cestovního ruchu je rychle stoupající počet obyvatel planety Země, kteří mají potřebu poznávat nové lidi, nová místa nebo hledat pracovní příležitosti v zahraničí. Dalším významným faktorem je změna rozložení osídlení – lidé preferují spíše bydlení ve městě, ale o to více vyhledávají rekreaci v přírodních neznečištěných lokalitách. V neposlední řadě se s rozvojem naší společnosti pojí i vyšší vzdělanost, v jejímž důsledku jsou obyvatelé lépe jazykově vybaveni a mají větší geografické povědomí. To jim umožňuje poznávat nová místa, kultury či památky. Vývoj CR je většinou rozdělovám do 4 etap:²²

- **Prvopočátky CR (480 př. n. l. -16. století)**

Počátky CR se datují do doby, kdy byly v rozmachu starověké civilizace jako Řekové, Římané nebo Egypťané. Ve středověku pak cestování bylo výsadou bohaté šlechty, která zanechala prameny svědčící o jejích obchodních cestách. V 13. století začala éra objevitelských a kolonizačních výprav, jejíž nejvýraznější osobností byl mořeplavec Marco Polo. 15. století se neslo ve znamení zámořských objevů, přičemž nejvýznamnější bylo objevení Ameriky Kryštofem Kolumbem nebo doplutí do Indie Vasco de Gamy.

- **Začátky moderního cestovního ruchu (17. – 19. století)**

Podle názoru odborníků se o moderním CR mluví zhruba od 17. až 18. století, kdy se šlechtici a obchodníci mohli pohybovat po cizích územích bez zvláštních povolení. Významným milníkem této doby byla průmyslová revoluce a zrušení nevolnictví. V roce 1827 byl Karlem Baedekerem vydán první knižní průvodce, který je pod tímto označením („bedekr“) znám dodnes.

²² RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 24. ISBN 978-80-247-4039-3.

Další tradiční značka, která na trhu figuruje i v současnosti je cestovní kancelář Thomase Cooka, která byla založena v roce 1841 a dala základ moderním metodám CR. V 19. století následoval rozmach CR díky rozvoji železniční a silniční dopravy, v 20. století pak díky zlomovému objevu dopravy letecké.

- **Novodobý cestovní ruch (konec 1. světové války – rok 1989)**

Novodobý cestovní ruch se začal formovat v období mezi světovými válkami a za konec tohoto procesu můžeme považovat 90. léta minulého století, kdy se CR zařadil mezi odvětví světové ekonomiky, která se rozvíjejí nejrychlejším tempem.²³ Po první světové válce mohli lidé cestovat mezi státy prakticky volně, ale ve 30. letech byla v důsledku hospodářské krize ve většině zemí schválena nařízení, která omezují pohyb mezi státy na základě pasových nebo vízových povinností. Tato nařízení spolu s celní povinností platí v podstatě dodnes. V této době vznikla také většina mezinárodních organizací CR.²⁴ Zatímco do této doby se evropské země vyvíjely v oblasti cestovního ruchu téměř stejně, po 2. světové válce vznikl značný rozdíl mezi státy Východního a Západního bloku.²⁵

- **Novodobý cestovní ruch**

Česká republika

V roce 1937 v období hospodářské konjunktury začal být velmi populární tramping. ČR byla velmi dobře vybavena stravovacími a ubytovacími zařízeními. Díky kontrole trhu měl největší tržní podíl Čedok, který spolupracoval s velkým množstvím podniků operujících v CR. Některé z těchto podniků dokonce spoluvlastnil a v jeho majetku nechyběla ani autobusová divize. Na konci 80. let byl zastoupen 166 pobočkami, které zaměstnávaly více než 22 tisíc lidí.

²³ RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 2009, s. 17-18. ISBN 978-807-4180-286.

²⁴ PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2007, s. 9-12. ISBN 978-808-5970-555.

²⁵ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi: Učební texty pro bakalářské studium*. 2011, s. 26. ISBN 978-80-247-4039-3.

Z důvodů socialistické příslušnosti byla i v Československu svoboda cestování značně omezena, zhruba 90 % výjezdů bylo uskutečněno do dalších socialistických zemí. Velmi podporovány byly závodní rekreace nebo rekreace revolučních odborových hnutí (dále jen ROH), kterých se mohli účastnit zaměstnanci státních podniků.²⁶

- **Současné období (po roce 1989)**

Díky rozpadu bloku socialistických států došlo k odstranění bariér bránících cestování mezi státy s rozdílnou politickou příslušností. Nastal masivní rozvoj cestovního ruchu, který tak získal na celosvětové významnosti.²⁷

Za to můžeme poděkovat rozvíjejícím se informačním technologiím, jako je internet nebo letecká doprava, která začala poskytovat služby, jež jsou finančně dostupné všem obyvatelům - např. nízkonákladové lety. Vznikají i nové formy cestovního ruchu, které nebyly do této doby prakticky známy. V důsledku euforického nadšení z volnosti podnikání bylo založeno velké množství podniků, což vedlo ke vzniku převisu nabídky nad poptávkou a mnozí z podnikatelů v krátké době zkrachovali. Nezbyvalo než upravit legislativu, zpřísnit podmínky podnikání, vymezit činnosti cestovních kanceláří (dále jen CK) nebo stanovit povinnost pojištění. Nově vznikají organizace zabývající se CR jako je například CzechTourism. Vláda se snaží o přerozdělení hierarchie územních celků a klade větší důraz na podporu jednotlivých krajů a malých regionů. V tomto ohledu jsou čerpány dotace také z fondů EU.

²⁶ RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 2009, s. 19-20. ISBN 978-807-4180-286.

²⁷ PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2007, s. 17-20. ISBN 978-808-5970-555.

2.2 CR na území České republiky

2.2.1 Postavení CR v ekonomice

Rozvoj cestovního ruchu je úzce spojen s globalizací. Jak se otvírají brány světa, nabízejí se nové destinace, ale také více turistů touží poznávat nová místa. CR je označován za jedno z nejdynamičtější se rozvíjejících odvětví ekonomiky a svojí činností zasahuje i do velkého počtu ostatních (nejen)²⁸ ekonomických sektorů. Díky tomu je bezesporu také jednou z nejdůležitějších oblastí světové i národní ekonomiky. Nejen, že se svou produkcí významně podílí na HDP, ale také je podstatným zdrojem zaměstnanosti. V tomto ohledu se ČR nachází lehce nad průměrem v porovnání s ostatními evropskými státy. Jak lze vidět v následující tabulce, HDP v dlouhodobém horizontu mírně klesá, což je důsledkem, stejně jako v jiných odvětvích, hospodářské krize. Dále můžeme vidět, že podíl zaměstnanosti je vyšší než podíl na HDP, z čehož vyplývá, že je CR spíše zdrojem zaměstnanosti než produktu.²⁹

Tab. 3 – Podíl CR na HDP (v %)

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Podíl na HDP	3,2	3,00	2,9	2,8	2,8	2,7	2,6

Zdroj: Vlastní úprava dle ČSÚ

²⁸ Cestovní ruch ovlivňuje také sociální oblast a životní prostředí.

²⁹ *Pracovní návrh nové Koncepce 2014 – 20*, [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2012 [vid. 2013-02-18].

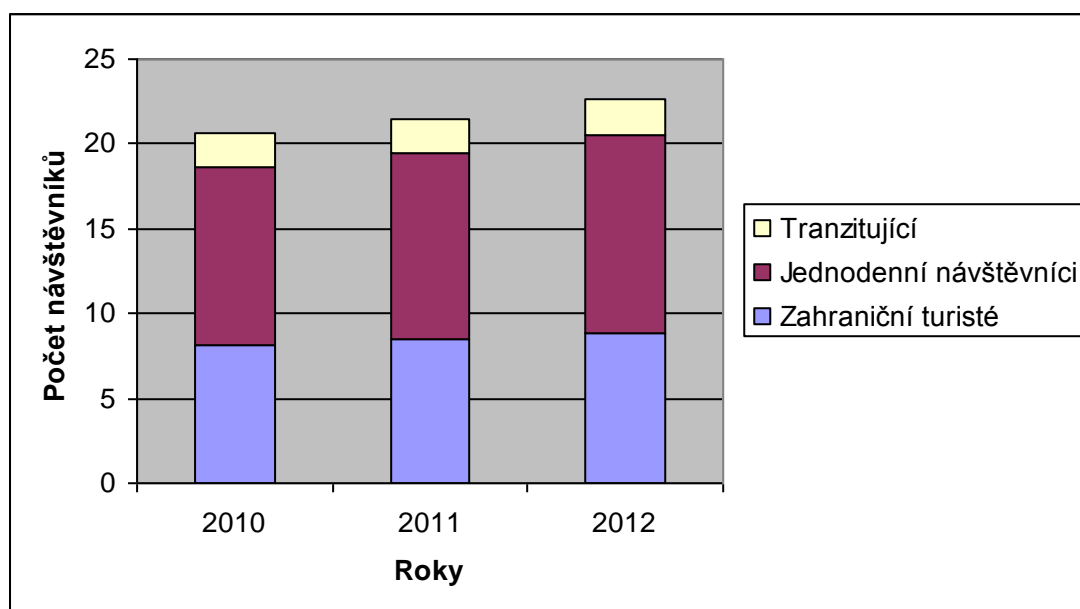
Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/be1ca261-d296-4d27-880c-4b3e34b1c1f8/Pracovni-navrh-nove-Koncepce-2014-2020>

Tab. 4 – Zaměstnanost v CR (v %)

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Podíl na zaměstnanosti	4,7	4,6	4,5	4,5	4,6	4,6	4,5

Zdroj: Vlastní úprava dle ČSÚ.

Nejvíce se na příjmech podílí příjezdový CR – cca 51,9 miliard Kč ročně.³⁰ Skladba a počet zahraničních návštěvníků je demonstrována na dalším grafu. Lze z něho určit, že největší podíl na CR mají jednodenní návštěvníci a zahraniční turisté.



Obr. 3 – Odhad celkového počtu zahraničních návštěvníků (mil.)

Zdroj: vlastní úprava dle MMR

³⁰ Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR, [online]. 2010 [vid. 2013-02-20]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/08_10_2010_priloha2_navrh_zameru_zakona_o_cr.doc

2.2.2 SWOT analýza CR v ČR

CR v ČR má stále značné rezervy a možnosti dalšího vývoje. Částečně je to zapříčiněno koncentrací CR v Praze a opomíjením ostatních, mimopražských regionů. Výrazným problémem je nespolupráce podnikatelských subjektů, ale také špatné řízení aktivit regionálními i národními institucemi. Východiskem je sestavení legislativy, ve které bude přesně vymezen systém uspořádání institucí CR. Podrobněji je současná situace zaznamenána v následující tabulce.

Tab. 5 – SWOT analýza současných trendů CR v ČR

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">- ČR je stabilní, bezpečná destinace;- Značný výskyt UNESCO památek;- Nová poptávka (Rusko, Čína, ...);- Členství ČR v mezinárodních organizacích;- Strategická poloha ve středu Evropy;- Praha - jedno z nejhezčích evropských měst;- Tradice lázeňství, produkce vína a piva;- MMR považuje CR za důležitou oblast;- Vznik nových sdružení a asociací;- Vytvoření národního satelitního účtu CR;³¹- Nadprůměrně hustá síť turistických cest a velmi dobrý orientační systém Českého svazu turistů;	<ul style="list-style-type: none">- Obtížné získávání bankovních úvěrů pro MSP;- Obecně malá podpora podnikání v CR;- Špatná legislativní úprava pro reg. politiku;- Sezónnost;- Nízká poptávka, zkracování délky pobytu;- Malá návštěvnost mimopražských regionů;- Pokles německých turistů;

³¹ Aktuální statistiky CR, které vydává ČSÚ

Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> - Inovace, následování aktuálních trendů; - Zvýšení kvality služeb; - Snaha o užší spolupráci subjektů CR; - Větší pozornost rozvoji venkovského CR (víno); - Zaměření se na módní wellness a golf; 	<ul style="list-style-type: none"> - Silná konkurence sousedních zemí; - Trvání hospodářské krize; - Legislativní omezení pohybu přes hranice; - Nedostatek finančních prostředků; - Nezájem o mimopražské oblasti; - Neucelenost řešení problematiky CR ze strany státu;

Zdroj: Vlastní úprava dle MMR

2.2.3 Specifika podnikání v CR

Přestože podnikání v CR se v základních myšlenkách nikterak neliší od ostatních, má jako ostatní odvětví svá specifika. Tím hlavním je podstata služeb, které jsou závislé na:

- Místě, kde se nachází atraktivita, které přitahují návštěvníky;
- Časovosti – jejich výroba i spotřeba jsou propojeny časem i místem;
- Pomíjivosti – v případě, že tyto služby nejsou spotřebovány, stávají se bezcenými³² = nelze je skladovat;
- Nehmatatelnosti - služba se nedá uchopit, užitek lze změřit až po jejím spotřebování;

Služba je definována jako „...proces vynakládání práce, při němž nevzniká hmotný výrobek, nýbrž užitečný efekt.“³³

³² *Marketing cestovního ruchu*, [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007. [vid. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>

³³ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 96. ISBN 978-80-247-4039-3.

V dnešní době lze málokdy produkty rozdělit na čistě hmotné (výrobky) a nehmotné (služby). Ve většině případů dochází k prolínání těchto dvou vlastností – např. v restauraci budeme obslouženi (služba), ale zároveň obdržíme jídlo (produkt).³⁴

Dalším typickým rysem pro cestovní ruch je také opačný pohyb po distribučních kanálech - poptávka musí za účelem uspokojení svých potřeb navštívit místo nabídky. V neposlední řadě je cestovní ruch charakteristický svojí sezónností, do které patří střídání ročních období, ale také kolísání poptávky s ohledem např. na víkendy, prázdniny a naopak pracovní dny.³⁵

Územní rozdělení ČR

- **NUTS**

NUTS je systém, který používá Evropská unie na rozdělení územních celků. Slovo NUTS pochází z francouzštiny a v překladu znamená nomenklaturní jednotky teritoriální statistiky. Sjednocuje klasifikaci územních celků v celé EU za účelem sběru statistických dat a hodnocení vyspělosti regionů nebo pro výši podpory z fondů EU. Česká republika je klasifikována označením CZ- NUTS a skládá se z těchto úrovní:

- NUTS 0 = stát (ČR) - 1
- NUTS 1 = území (ČR) – 1
- NUTS 2 = oblast – tzv. regiony soudržnosti – 8
- NUTS 3 = kraj (vyšší územní samosprávné celky) – 14
- NUTS 4 = okres – 77
- NUTS 5 = obec (základní územní jednotka) – 6254

³⁴ Tamtéž, s. 96.

³⁵ PALATKOVÁ, M., J.. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2011, s. 32. ISBN 978-80-247-3748-5.

NUTS 2

- Hl. m. Praha
- Střední Čechy
- Jihozápad
- Severozápad
- Severovýchod
- Jihovýchod
- Střední Morava
- Moravskoslezsko

Zdroj: Webové stránky ministerstva pro místní rozvoj

- **Mikroregiony**

37

- **Turistické regiony**

Rozdělení ČR na turistické regiony má na svědomí agentura CzechTourism, která tak učinila za účelem lepší propagace turistických zajímavostí. Podle Ryglové (2011, s. 42) jsou turistické regiony „...území, kde cestovní ruch spojuje a sjednocuje jednotlivé prvky dané oblasti, ale zároveň je i odlišuje od ostatních regionů“. Jednalo se o snahu podpořit domácí cestovní ruch a vyzdvihnout produkty, kterými se od sebe jednotlivé oblasti odlišují. Také mohou být přínosem při prezentaci ČR v zahraničí. Turistické regiony se dále dělí na menší celky, které se nazývají turistické oblasti. Toto rozdělení nemá žádnou spojitost s administrativním rozdělením, a tak jediná finanční podpora, kterou mohou regiony očekávat, je od organizace Czech Tourism, která se zasloužila o jejich vznik.

Speciální formou regionu je **EUROREGION**, což je spolupráce více regionů, většinou příhraničních, z různých zemí. Cílem je odstranit překážky, které zabraňují evropské integraci a zlepšit podmínky v oblastech jako je např. doprava nebo cestovní ruch.³⁶ Nejznámějším euroregionem v Libereckém kraji je Euroregion Nisa, který má tři členy a působí v tzv. Trojmezí – v hraniční oblasti ČR, Polska a Německa.³⁷

2.3 Řízení cestovního ruchu v ČR

CR je řízen veřejnou správou, která k tomuto účelu vydává normy a politická rozhodnutí. Je tvořena státem, subjekty územní a zájmové samosprávy a dalšími veřejnými subjekty. Jejím úkolem je poskytování veřejných služeb ve zdravotnictví, školství, dopravě, policii a dalších.

³⁶ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 42. ISBN 978-80-247-4039-3.

³⁷ *Euroregion Nisa – základní údaje*, [online]. Liberec: Euroregion Nisa, 2012. [vid. 2013-02-20]. Dostupné z: <http://www.ern.cz/index.php?D=245>

- **Stát (NUTS 1)**

Stát je ze zákona povinný podporovat rozvoj ČR.³⁸ Děje se tak prostřednictvím mnoha ministerstev, které se přímo či nepřímo podílí na činnostech souvisejících s cestovním ruchem.³⁹ Kompetentním orgánem je ustanoveno **Ministerstvo pro místní rozvoj** (dále jen MMR), které navrhuje zákony, vydává důležité písemnosti jako je například Koncepce státní politiky rozvoje cestovního ruchu v ČR – jedná se o strategický dokument, ve kterém jsou definovány především příležitosti a hrozby rozvoje ČR. Napomáhá rozvoji díky projektům, které jsou financovány z fondů EU.⁴⁰ Snaží se o prezentaci ČR v národním i mezinárodním měřítku, zejména prostřednictvím České centrály ČR – **CzechTourism**. Ta spolupracuje s představiteli krajských institucí, zástupci turistických regionů či obcemi a městy za účelem zvýšení atraktivity ČR a přílivu nových turistů. K jejím domácím aktivitám patří zveřejňování statistik, analýz nebo trendů, aby zajistila vyšší informovanost odborné i laické veřejnosti.⁴¹

Další příspěvkovou organizací, tentokrát zřizovanou Ministerstvem zahraničních věcí je **Správa českých center**. Jejich hlavním úkolem je propagovat kulturní scénu ČR v zahraničí, prostřednictvím pořádání kulturních a společenských akcí. Jsou umístěna v metropolích států (např. Brusel, New York, Londýn a další), které hrají významnou roli pro rozvoj bilaterálních vztahů.⁴²

³⁸ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 40-45. ISBN 978-80-247-4039-3.

³⁹ TITTELBACHOVÁ, Š. *Turismus a veřejná správa*. 2011. s. 56-57. ISBN 978-80-247-3842-0.

⁴⁰ *Cestovní ruch*, [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2013. [vid. 2013-03-30]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch>

⁴¹ *O agentuře CzechTourism*, [online]. Praha: Agentura CzechTourism, 2013. [vid. 2013-02-20]. Dostupné z: www.czechtourism.cz

⁴² *O nás*, [online]. Praha: Česká centra, 2013. [vid. 2013-02-20]. Dostupné z: <http://www.czechcentres.cz/o-nas/>

- **Kraje (NUTS 3)**

Hlavním úkolem krajů je správa a rozvoj jejich území. Zabývají se programy na rozvoj regionálního CR, regionálními statistikami a prezentací svého území. Zákon garantuje jistou úroveň rozvoje, zejména díky finanční podpoře, kterou jsou kraje schopny poskytnout soukromým podnikatelům a dalším subjektům.

Kraje mají právo samosprávy, vlastní majetek, vystupují vlastním jménem. Mají právo vydávat předpisy, které musí být zveřejňovány na úřední desce kraje.

- **Obce a města (NUTS 5)**

Stejně jako kraje jsou zodpovědné za svoje území, také obce a města nesou zodpovědnost za svůj rozvoj. Nejčastějším nástrojem, který napomáhá podporovat rozvoj CR jsou Turistická informační centra. Jejich zřizovatelem je obec a mají za úkol poskytovat souhrnné informace o všech aktivitách, které souvisí s CR. Často bývají jejich součástí také doplňkové služby, jako je veřejný internet, možnost kopírování, prodej vstupenek a upomínkových předmětů.

- **Sdružení obcí**

Zákon umožňuje sdružování obcí různým způsobem. Nejčastější formou je svazek obcí, kdy se malé obce spojí v celek za účelem lepší spolupráce a většího vlivu v oblasti CR.⁴³

- **Podnikatelský sektor**

Podniky cestovního ruchu formují turistickou nabídku a vytvářejí produkty CR. Mají podíl na přípravě strategických dokumentů, utvářejí marketingovou tvář kraje.⁴⁴

⁴³ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 47. ISBN 978-80-247-4039-3.

⁴⁴ *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR*, [online]. Praha: Czechtourism, 2010 [vid. 2013-02-28]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/08_10_2010_priloha2_navrh_zameru_zakona_o_cr.doc

V ČR panuje vysoká konkurence, podnikání v této oblasti nepatří mezi nejjednodušší, a proto je zapotřebí organizací, které hájí zájmy podniků a podílejí se na projednávání zákonů. Členství v těchto organizacích není povinné. Patří sem Asociace cestovních kanceláří a agentur (dále jen ACK), Asociace hotelů a restaurací (dále jen AHRČR) a další.⁴⁵

V současné době je v jednání Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení ČR. „Účelem zavedení regulace v cestovním ruchu je definovat doposud chybějící systém řízení cestovního ruchu, konkrétně pak definovat a zavést závazné organizační struktury, vymezit jednotlivé úrovně (stát - kraj - turistická oblast) včetně kompetencí, odpovědností a forem vzájemné spolupráce a komunikace. Cílem regulace je zajistit efektivní rozvoj cestovního ruchu a s tím související trvalé zvyšování příjmů cestovním ruchem generovaných. Zároveň dojde, mj. díky jednotnému managementu a marketingu destinací cestovního ruchu, ke zvýšení povědomí českých i zahraničních návštěvníků o České republice jako turisticky atraktivní destinaci.“⁴⁶

Vzhledem k nedostatečným legislativním předpisům, které by definovaly kompetence a financování v ČR, byly dlouho finanční prostředky v oblasti ČR vydávány neefektivně, aktivity byly neucelené a subjekty často nedokázaly spolupracovat. Výsledkem bylo snížení konkurenceschopnosti a výkonnosti ČR v porovnání s ostatními státy Evropy. Cílem tohoto zákona je tyto problémy vyřešit.⁴⁷

⁴⁵ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 47. ISBN 978-80-247-4039-3.

⁴⁶ *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení ČR*, [online]. Praha: Czechtourism, 2010 [vid. 2013-02-28]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/08_10_2010_priloha2_navrh_zameru_zakona_o_cr.doc

⁴⁷ Tamtéž.

2.4 Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu

Důvody pro vytvoření nového zákona o CR

V ČR není zaveden systém řízení CR, a tak dochází ke kolizi zákonů upravujících činnosti jednotlivých subjektů, jejichž povinností je podílet se na rozvoji CR (Zákon č.3/ 1969 Sb., O zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy x zákony o územně samosprávných celcích – kraje, obce). Tyto subjekty nemají dosud plně vymezeny pravomoce a kompetence, díky čemuž dochází k neefektivnímu rozdělování finančních prostředků na podporu CR, ale také k nižším příjmům plynoucím z odvětví CR. Touto problematikou a jejím řešením se zabývá také Koncepce CR, bohužel se ale nejedná o dokument legislativního charakteru.⁴⁸

Cíle nového zákona o CR

Cílem nového zákona je vymezit oblast CR pomocí legislativy a zajistit tak snadnější přístup k programům na podporu CR. Výsledkem má být zvýšení atraktivity oblasti CR. Dále by měl nový zákon eliminovat kolize v managementu a marketingu destinací⁴⁹ (stává se, že destinace nespolupracují, organizují akce ve stejných termínech, díky čemuž přicházejí o návštěvníky).⁵⁰ V neposlední řadě je cílem „...zajistit provázanost strategických dokumentů na všech úrovních.“⁵¹

⁴⁸ *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR* [online]. Praha, 2012 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: www.liberecky-kraj.cz/filemanager/files/file.php?file=62464

⁴⁹ Tamtéž.

⁵⁰ *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR*, [online]. Praha: Czechtourism, 2010 [vid. 2013-02-28]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/08_10_2010_priloha2_navrh_zameru_zakona_o_cr.doc

⁵¹ *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR* [online]. Praha, 2012 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: www.liberecky-kraj.cz/filemanager/files/file.php?file=62464

Navrhovaná struktura

Nyní je využíván čtyřstupňový neefektivní systém (stát-kraj-turistický region-turistická oblast), který je příčinou řady nedorozumění. Častým problémem je zasahování turistických oblastí, které jsou vymezeny přírodními předpoklady, do různých krajů, jehož výsledkem jsou nejasnosti ohledně rozdělení finančních prostředků z krajských rozpočtů. Nový třístupňový systém (stát- kraj – turistická oblast) slibuje výrazně snadnější sdružování na základě jasně definovaných podmínek pro vznik turistické oblasti.⁵²

Podmínky pro vznik turistické oblasti:

- K dispozici nejméně 2000 lůžek
- Minimální počet trvale žijících obyvatel v dané oblasti musí překročit 100 tis.
- Součástí oblasti musí být minimálně 3 turistická informační centra
- Počet přenocování za rok musí být minimálně 300 tis.

V následující tabulce je znázorněn návrh nové organizační struktury. Organizace na vyšší úrovni bude logicky řídit organizaci na úrovni nižší a informační tok bude probíhat oběma směry.

Tab. 6 – Návrh nové organizační struktury CR

Úroveň	Organizace CR	Územní jednotka	Zakladatel
1.	Národní org. CR	ČR	MMR ČR
2.	Krajská org. CR	Kraj	Kraj
3.	Oblastní org. CR	Turistická oblast	obce, podnikatelé, kraj

Zdroj: Vlastní úprava dle Ministerstva pro místní rozvoj

⁵² *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR*, [online]. Praha: Czechtourism, 2010 [vid. 2013-02-28]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/08_10_2010_priloha2_navrh_zameru_zakona_o_cr.doc

Dopad na podnikatelské prostředí

Ve strategických dokumentech jako je např. Koncepce nebo Strategie udržitelného rozvoje je CR definován jako „...*nástroj regionálního rozvoje s vazbou na tvorbu pracovních míst, rozvoj lidských zdrojů a podporu podnikatelských aktivit.*“ Nový zákon o CR má za úkol zlepšit řízení a implementaci politiky CR. Díky tomu se předpokládá zlepšení konkurenceschopnosti, nárůst zaměstnanosti a vznik nových pracovních míst, stejně jako růst celého odvětví.

Tvorba zákona o systému řízení CR v České republice byla inspirována obdobným legislativním rámcem Slovenské republiky a Rakouska.⁵³

2.5 Legislativní předpisy upravující podnikání v cestovním ruchu

Základním legislativním rámcem je již výše zmiňovaný Zákon o živnostenském podnikání (č. 455/1991 Sb.), daňovou povinnost upravuje Zákon č. 586/1992 Sb. O daních z příjmu, a pokud podnikatel dosáhne 12 po sobě jdoucích kalendářních měsíců obratu vyššího než 1 milion, tak také Zákon č.235/2004 Sb., O dani z přidané hodnoty.⁵⁴

O některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu hovoří Zákon č.159/1999 Sb., který v současné době prochází novelizací. Přestože je novela připravována již delší dobu, stále nedošlo k jejímu schválení. Díky této skutečnosti nebude upravovat podnikání ani v této sezoně. Změnou má projít zejména povinné pojištění CK pro případ úpadku.

⁵³ *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR*, [online]. Praha: Czechtourism, 2010 [vid. 2013-02-28]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/08_10_2010_priloha2_navrh_zameru_zakona_o_cr.doc

⁵⁴ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 74-77. ISBN 978-80-247-4039-3.

Cílem je ochrana spotřebitele a krytí jeho finančních výdajů na nákup zájezdů v případě úpadku.⁵⁵

Činnost cestovních kancelářích a agentur je upravena v Nařízení vlády č. 278/2008 Sb., zejména organizování, zprostředkování služeb CR a prodej zájezdů.

Základní vztahy pro provozování ubytovacích služeb definuje Občanský zákoník (č. 40/1964 Sb.), který upravuje zejména oblasti nájmu a pronájmu. Pronájem je obecně výhodným způsobem, jak provozovat ubytovací služby, neboť podle Zákona o dani z příjmu nespadá do podnikatelské činnosti, a tak není podmínkou pro jeho provozování vlastnit živnostenský list.

Stravovací služby jsou řemeslné živnosti, k jejich provozování je třeba splnění podmínek jako je praxe a výuční list v oboru. Hygiena a kvalita potravin je zajištěna především legislativou EU (Nařízení parlamentu č. 852/2004, č. 853/2004 a č. 882/2004). Provoz stravovacích služeb je pak definován v Zákoně č. 258/2000 Sb., O ochraně veřejného zdraví.⁵⁶

⁵⁵ *Výsledky 111. zasedání LRV dne 24. 1. 2013*, [online]. Praha: Vláda České republiky, 2013 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/ppov/lrv/aktualne/vysledky-111--zasedani-lrv-dne-24--1--2013-102789/>

⁵⁶ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*: Učební texty pro bakalářské studium. 2011, s. 77-86. ISBN 978-80-247-4039-3.

3. Regionální cestovní ruch v Libereckém kraji

Přestože je Liberecký kraj (dále jen LK) svojí rozlohou hned po Praze nejmenším v ČR, potenciál CR je zde velmi dobře využit.⁵⁷ Díky rozmanitému charakteru krajiny je Liberecký kraj vysoce turisticky atraktivní a to nejen v letní, ale i v zimní sezóně. V oboru pohostinství a ubytování je zde zaznamenána nadprůměrná podnikatelská aktivita. Kapacita lůžek činí téměř 50 tisíc⁵⁸, což je po přepočtu vzhledem k velikosti kraje nejvíce v České republice.⁵⁹ Liberecký kraj se nachází na severu republiky, tvoří ho okresy Česká Lípa, Semily, Liberec a Jablonec nad Nisou. Má společnou hranici se Spolkovou republikou Německo a Polskem a sousedí s Královéhradeckým, Středočeským a Ústeckým krajem.

3.1 Předpoklady cestovního ruchu

Přírodní podmínky

Kraj je spíše hornatý, jeho profil odpovídá pahorkatině.⁶⁰ Nejvýznamnější hornaté útvary jsou Krkonoše, jejichž nejvyšší vrchol ležící na území Libereckého kraje je Kotel (1 435 m.n.m), Jizerské hory s nejvyšší horou Smrk (1 124 m.), Lužické hory a Ještědsko-kozákovský hřbet.

⁵⁷ *Charakteristika kraje*, [online]. Praha: ČSÚ, 2013 [vid. 2013-04-30]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje

⁵⁸ Největší kapacita ihned po hl. městě Praha

⁵⁹ *Cestovní ruch v regionech České republiky* [online]. Ostrava, 2003 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf

⁶⁰ *Charakteristika kraje* [online]. Praha, 2013 [vid. 2013-04-30]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje

Nejatraktivnější skalní města nalezneme především v Českém ráji, který se nachází zejména v okolí Turnova. Za zmínku stojí také Bozkovské dolomitové jeskyně zdobené krápníkovou výbavou. Je zde zastoupeno velké množství ekosystémů, chráněných jedinců fauny i flóry, kteří se v největší koncentraci vyskytují v chráněných územích, jako je Krkonošský národní park, chráněné krajinné oblasti (dále jen CHKO) či rezervace.

Klimatické podmínky

Klima Libereckého kraje je výrazně ovlivněno hornatým profilem krajiny. Nachází se v mírném klimatickém pásu, a tak se zde klasicky střídají roční období. Díky proudění vzduchu, které se zde třísť o horské masivy, je v Libereckém kraji zvýšený výskyt srážek. Průměrné teploty se pohybují kolem 5 – 7 stupňů, což je příčinou masivní sněhové pokrývky. Tím jsou vytvářeny ideální podmínky pro zimní rekreaci.⁶¹

Hydrologické podmínky

Liberecký kraj je tvořen povodími tří řek – Ploučnice, Labe a Odry s přítokem Nisy.⁶² Vyskytuje se zde značné množství rybníků (Máchovo jezero) a vodních nádrží, které zásobují města vodou nebo mají ochranný význam. Nejznámější jsou přehrady Souš, Josefův Důl nebo Mšeno. Nachází se zde také minerální prameny (Lázně Libverda) a léčivé rašeliny.⁶³

Dopravní podmínky

Poloha kraje není ideální vzhledem k evropské dopravní síti, avšak toto minus do jisté míry nahrazuje krátká vzdálenost a dopravní obslužnost Polska a Německa.⁶⁴

⁶¹ SYROVÁTKOVÁ, J. Cestovní ruch v Libereckém kraji. 2011. s. 18. ISBN 978-80-7372-704-8.

⁶² *Charakteristika kraje* [online]. Praha, 2013 [vid. 2013-04-30]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje

⁶³ SYROVÁTKOVÁ, J. Cestovní ruch v Libereckém kraji. 2011. s. 21-39. ISBN 978-80-7372-704-8.

⁶⁴ *Cestovní ruch v regionech České republiky* [online]. Ostrava, 2003 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf

Tu zajišťují zejména dálnice D8 a D11, v jejichž výseči Liberecký kraj leží. Důležitými komunikacemi jsou také R 10 a R 35, které získaly status dálkových silnic evropského systému. Železniční doprava není v porovnání s ostatními kraji na dobré úrovni, pravděpodobně také proto, že od svého vzniku neprošla žádnou významnou modernizací.

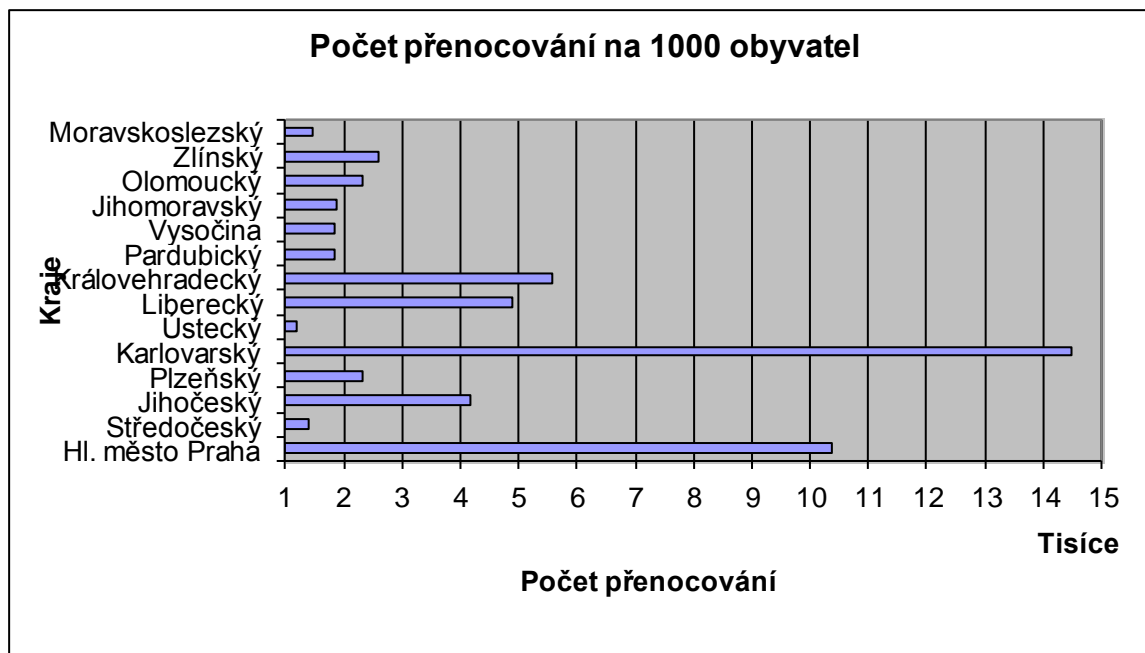
Kulturně-historické podmínky

V Libereckém kraji se nachází velké množství kulturních i historických atraktivit, což ho předem předurčuje k vysoké turistické návštěvnosti a oblíbenosti. Zastoupeny jsou zde ve velkém počtu hrady (Sloup, Bezděz, Trosky), zámky (Sychrov, Hrubý Rohozec, Frýdlant), ale také rozhledny (Černá studnice, Královka, Bramberk) či církevní stavby. Sídli zde také řada institucí, do kterých můžeme zařadit i botanickou a zoologickou zahradu, nechybí divadla, knihovny a muzea. Rovněž v Libereckém kraji lze navštívit moderní zábavní centra, největším je Centrum Babylon v Liberci, které nabízí zábavu pro celou rodinu. Příznivci sportu či kulturních událostí ocení akce pořádané v Tipsport Aréně Liberec.⁶⁵

Ubytovací služby

Přestože patří Liberecký kraj rozlohou mezi nejmenší v ČR, co se týká počtu návštěvníků, kteří se zde rozhodnou přenocovat, zabírá 4. – 5. místo. To je do značné míry ovlivněno turistickou atraktivitou regionu, především pohořím Krkonoš. Svůj nezanedbatelný podíl na tomto umístění má i kvalita poskytovaných služeb. Postavení Libereckého kraje mezi ostatními kraji z hlediska počtu přenocování lze vidět v následující tabulce. Největší podíl má Karlovarský kraj, zejména díky léčivým lázeňským pramenům, druhé místo obsadil kraj hl. město Praha, který se v podobných statistikách objevuje vždy na prvních příčkách vzhledem k jeho oblíbenosti zahraničními turisty a na třetím místě se nachází Královehradecký kraj, který částečně zasahuje do Krkonoš.

⁶⁵ SYROVÁTKOVÁ, J. Cestovní ruch v Libereckém kraji. 2011. s. 50-59. ISBN 978-80-7372-704-8.



Obr. 5 - Počet přenocování na 1000 obyvatel (2011)

Zdroj: Vlastní úprava dle ČSÚ

Tab. 7 - Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních na 1000 obyvatel podle krajů (2011)

Kraj	Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních	Počet obyvatel	Přepočet lůžek na 1000 obyvatel
Hl. město Praha	77 972	1 246 780	62,54
Středočeský	32 184	1 291 816	24,91
Jihočeský	51 725	636 611	81,25
Plzeňský	25 142	572 687	43,90
Karlovarský	14 133	301 726	46,84
Ústecký	19 346	826 764	23,40
Liberecký	36 553	438 600	83,34
Královehradecký	45 920	552 946	83,05
Pardubický	20 236	516 440	39,18
Vysočina	21 178	511 207	41,43
Jihomoravský	33 813	1 168 650	28,93
Olomoucký	20 341	637 609	31,90
Zlínský	21 826	587 693	37,14
Moravskoslezský	26 520	1 226 602	21,62

Zdroj: Vlastní zpracování a výpočty podle ČSÚ.

Jak bylo již výše zmíněno, tento region je nadprůměrný v podnikatelské aktivitě v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb. Díky tomu zaujímá po přepočtu lůžek na 1000 obyvatel první místo v celorepublikovém měřítku. Tato skutečnost je demonstrována v předchozí tabulce.

Typický návštěvník Libereckého kraje

- spíše mladšího věku, sportovně založený, dobře zabezpečený, ale nerad utrácí;
- bude spíše z tuzemska, pokud půjde o cizince, přijede z Německa nebo Polska;
- bude cestovat v páru nebo s rodinou s malými dětmi;
- Čech si vše zařídí sám, cizinec využije služeb CK;
- Region velmi dobře zná, rád se vrátí na stejné místo;
- Bude se snažit využít levného ubytování, např. penzionu, cizinec si připlatí;
- Nejraději stráví volný čas v přírodě pěší turistikou či návštěvou památek, ale kulturní akce ho zajímat nebudou;
- Tuzemský turista má v oblibě cykloturistiku, cizinec vyrazí za nákupy;
- Až absolvuje pobyt, bude velmi spokojený, s největší pravděpodobností se do regionu vrátí;
- Do příští návštěvy zapomene na nedokonalosti, přesto ocení případná zlepšení.⁶⁶

Profil návštěvníka LK byl utvořen na základě dotazníkového šetření, které provedl Krajský úřad Libereckého kraje v rámci Programu rozvoje CR Libereckého kraje.⁶⁷

⁶⁶ *Cestovní ruch v regionech České republiky* [online]. Ostrava, 2003 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf

⁶⁷ *Statistické průzkumy v CR* [online]. Liberec, 2010 [vid. 2013-05-08]. Dostupné z: <http://regionalni-rozvoj.kraj-lbc.cz/page4321/Statisticke-pruzkumy-v-cestovnim-ruchu>

3.2 Organizace cestovního ruchu v Libereckém kraji

Rozdělení Libereckého kraje na turistické regiony je poměrně složité. Každá instituce zabývající se cestovním ruchem vnímá regiony odlišným způsobem, díky čemuž dochází k řadě nesrovnalostí. ČSÚ dělí Liberecký kraj na Český sever, Český ráj, Krkonoše, CzechTourism pak uvádí rozdělení na Českolipsko + Jizerské hory, Krkonoše + Podkrkonoší a Český ráj. Vzhledem k tomu, že většina informací je čerpána z Krajského úřadu, budou v této práci využívána rozdělení podle Krajského úřadu Libereckého kraje. Ten dělí kraj na 4 regiony: Českolipsko, Jizerské hory, Krkonoše, Český ráj.

Obce si samy mohly vybrat, k jakému regionu se přidají. Zatímco Českolipsko a Jizerské hory jsou tvořeny výhradně obcemi Libereckého kraje, Krkonoše z části patří ke Královéhradeckému kraji, stejně tak i Český ráj, který navíc zasahuje i do kraje Středočeského. To sebou nese řadu problémových situací, zejména při financování.

Částečně také z tohoto důvodu vydává každý region strategický dokument, kde jsou definovány možnosti spolupráce a financování. Hlavním důvodem je ale stanovení cílů rozvoje daných území a vytvoření strategie pro jejich dosažení. V následující tabulce je znázorněna hierarchie povinných strategických dokumentů dle návrhu nového zákona o CR.

Tab. 8 – Schéma strategických dokumentů CR v ČR

Úroveň	Subjekt	Dokument	Období
Národní	MMR	Koncepce státní politiky CR v ČR	7 let
	Národní organizace CR	Marketingová strategie rozvoje CR v ČR	7 let
Regionální	Kraj	Strategie udržitelného rozvoje CR kraje	7let
	Krajská organizace CR	Marketingová strategie CR kraje	7 let
Oblastní	Oblastní organizace CR	Marketingová strategie CR oblasti	7 let

Zdroj: Vlastní úprava dle www.comeandstay.org

Region Českolipsko

Region Českolipsko sdružuje turistické oblasti Máchova kraje, Lužických hor a Ještědského hřebenu. Největším turistickým lákadlem je rekreační oblast Máchova jezera a Bezděz, avšak nezaostává ani řeka Ploučnice, která vybízí k vodáckým aktivitám nebo velké množství starobylých zámků a hradů. V regionu se nachází CHKO Kokořínsko a další chráněná území. Propagaci a rozvoj oblasti má na svědomí Sdružení Českolipsko.⁶⁸

Sdružení Českolipsko

Sdružení vzniklo v roce 2005, členství v něm je dobrovolné. Jeho snahou je zefektivnit spolupráci obcí a dalších subjektů působících v CR za účelem lepší propagace, zvýšení příjmů z CR, vytvoření dalších pracovních míst a poskytování informací a rad obcím. Sdružení se účastní Regionálního operačního programu s názvem Rozvoj turistického regionu Českolipsko. Cílem je vybudovat marketingovou strategii, která by zvýšila znalost regionu, zlepšit spolupráci soukromých i veřejných subjektů nebo umět nabídnout služby na míru zákazníkům. V loňském roce se proto prezentovalo na několika veletrzích a výstavách, zúčastnilo se Krajských dnů, kde nechyběly propagační předměty.⁶⁹

Region Jizerské hory

Jizerské hory leží mezi Krkonošemi a Lužickými horami a turisty lákají svými rozhledny, rašeliništi či vodopády. Nepřehlédnutelným je také hřbet Ještědu s architektonickým skvostem, který slouží jako vysílač. Příznivci sportu si přijdou na své, pokud využijí husté sítě cyklostezek nebo v zimě vyzkouší slavnou běžkařskou Jizerskou magistrálu. Pro milovníky zábavy bude nejlepším místem zábavní centrum Babylon.⁷⁰

⁶⁸ *Vítejte na Českolipsku*, [online]. Česká Lípa, 2000, [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.ceskolipsko.info/>

⁶⁹ *Sdružení Českolipsko*, [online]. Česká Lípa, 2000, [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.ceskolipsko.info/cs/sdruzeni-ceskolipsko/>

⁷⁰ *Turistický region Jizerské hory*, [online]. Janov nad Nisou, 2013 [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.jizerky.cz/>

Svazek měst a obcí Jizerské hory

Snahou regionu je udržitelný rozvoj a podpora CR s ohledem na chráněné krajinné oblasti Jizerských hor a řešení ekologických či ekonomických problémů, které nejsou řešitelné jednotlivými obcemi. Výsledkem má být spokojený život residentů, ochrana regionu a splnění stanovených strategických cílů. Finanční prostředky jsou získávány z evropských fondů, z příjmů CR, členských příspěvků a privátních zdrojů.⁷¹

Region Krkonoše

Krkonoše jsou nejvyšším a nejnavštěvovanějším pohořím ČR. Více než před 60 lety bylo území vyhlášeno národním parkem a nachází se zde nejvyšší tuzemská hora (Sněžka, 1602 m. n. m.). U českých turistů i cizinců se lokalita těší velké oblibě zejména díky perfektním lyžařským podmínkám. V létě je hojně využívána k cyklistice a pěší turistice. Mezi další atraktivity regionu patří Zoo Dvůr Králové nad Labem, Mumlavský vodopád nebo zámek Kuks.⁷²

Svazek měst a obcí Krkonoše

Svazek vznikl v roce 2000, má více než 40 členů a tvoří ho obce z Libereckého i Královéhradeckého kraje. Cílem je plnit koncepce rozvoje regionu, spolupracovat s polskou stranou, napomáhat rozvoji CR s ohledem na chráněnou oblast Krkonošského národního parku (dále jen KRNAP) a starat se o marketingovou strategii regionu. Rozpočet je v současné době poměrně vysoký, a to kolem 10 mil. ročně. Ze ¾ je tvořen dotacemi, zbytek členskými příspěvky.⁷³

⁷¹ Petříčková, L., P. Studnička, M. Vrcholová *Organizace cestovního ruchu: v krajích a v turistických regionech České republiky*, 2011, s. 51-52. ISBN: 978-8087560-01-3.

⁷² *Turistický region a oblast Krkonoše a Podkrkonoší*, [online]. Praha, 2005 [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/turisticky-region-a-oblast-krkonose-a-podkrkonosi/>

⁷³ Petříčková, L., P. Studnička, M. Vrcholová *Organizace cestovního ruchu: v krajích a v turistických regionech České republiky*. 2011, s. 59-60. ISBN: 978-8087560-01-3.

Region Český ráj

Ne nadarmo nese tato oblast kolem Turnova a Jičína označení Český ráj. Romantický ráz krajiny, skalní města a velké množství pozoruhodných historických památek vyneslo Českému ráji již v polovině minulého století označení CHKO. Tento status získal region jako první na našem území a jeho jedinečnost byla oceněna i zařazením mezi geoparky Světového kulturního dědictví (dále jen UNESCO). Za návštěvu stojí skalní města, hrady i zámky. Tento kraj je také známý broušením drahokamů a svojí šperkařskou a sklářskou historií.⁷⁴

Sdružení Český ráj

Český ráj je sdružením obcí i právnických osob, rozprostírá se na území 3 krajů- Libereckého, Středočeského a Královehradeckého a jeho hlavním cílem je zkoordinovat činnost všech subjektů v těchto rozdílných regionech. Jako ostatní sdružení se zabývá i Český ráj rozvojem cestovního ruchu, jeho propagací zde i v zahraničí, statistickými šetřeními a opravami místní infrastruktury nebo informační činností. Jeho roční rozpočet činí 3- 4 miliony.⁷⁵

3.3 Podmínky podnikání v CR Libereckém kraji

V prvních kapitolách práce byly definovány obecné podmínky podnikání v cestovním ruchu. Nyní bude zhodnoceno podnikatelské prostředí v Libereckém kraji, tedy ověření dle dostupných informací. Názory podnikatelů na podmínky podnikání v LK zjišťoval Krajský úřad Libereckého kraje pomocí Sociologického šetření, které bylo provedeno v rámci Integrovaného projektu cestovního ruchu. Šetření proběhlo v roce 2009 a v jeho průběhu bylo osloveno 2000 subjektů.

⁷⁴ *Turistický region* [online]. Turnov, 2000 [vid. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.cesky-raj.info/cs/turisticky-region/>

⁷⁵ *Sdružení Český ráj* [online]. Turnov, 2000, 2013 [vid. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.cesky-raj.info/cs/info/sdruzeni-cesky-raj/http://www.cesky-raj.info/cs/turisticky-region/>

- **Ekonomické podmínky**

Přestože má podnikání v Libereckém kraji bohatou historii a dodnes je mezi širokou veřejností znám svým textilním, sklářským a bižuterním průmyslem, v posledních letech dochází k výraznému poklesu jeho podílu na HDP. Ekonomická situace v Libereckém kraji lze charakterizovat skutečností, že tvorba HDP na jednoho zaměstnaného je druhá nejnižší v ČR. Nejvíce aktivit je soustředěno do Liberce. Členitý terén a ekologické aspekty nedovolují rovnoměrné rozmístění podnikatelských aktivit po regionu, ani nedávají možnost vzniku nových podniků. Ke konci roku 2011 zjištěno téměř 119 tisíc ekonomických subjektů, u necelé poloviny nebyla zaznamenána aktivita. Množství podnikatelských subjektů stále roste, ale pouze mírným konstantním tempem. Nejvíce se podílí malí a střední podnikatelé, tvoří více než 75 % všech podnikatelských subjektů v kraji. Jejich rozvoj byl zaznamenán především v poslední dekádě. Z podniků cestovního ruchu se nejvýše umístily podniky působící ve stravování a pohostinství, jejichž podíl je téměř 7 %.⁷⁶ V níže uvedené tabulce je přehledně zaznamenáno, že počet MSP výrazně převyšuje počet velkých podniků. Dále je zde vidět výše zmiňovaná skutečnost, že počet podniků se nepatrně zvyšuje.

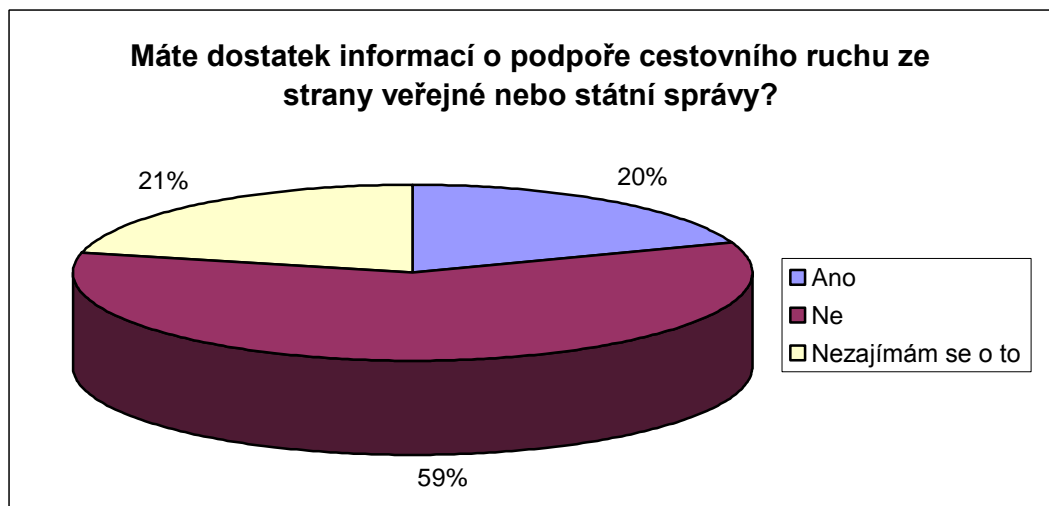
⁷⁶ *Strategie rozvoje Libereckého kraje 2006 – 2020*. Liberec: Krajský úřad Libereckého kraje, 2012, s. 22-24.

Tab. 9 - Ekonomické subjekty celkem podle kategorie počtu zaměstnanců

Počet zaměstnanců	2008	2009	2010	2011	2012
bez zaměstnanců	34 103	35 091	35 593	35 784	34 966
neuveдено	69 372	69 292	71 276	72 935	75 133
1-5	7 375	7 081	7 036	6 811	6 739
6-9	1 238	1 242	1 161	1 116	1 063
10-19	1 092	1 068	985	962	917
20-24	273	228	229	218	210
25-49	496	492	479	456	432
50-99	312	278	269	291	261
100-199	133	130	120	108	101
200-249	24	22	21	18	23
250-499	41	39	37	39	34
500-999	18	13	17	16	17
1000-5000	14	14	12	12	12
Celkem	114 491	114 990	117 230	118 766	119 908

Zdroj: Vlastní úprava dle ČSÚ

Mezi ekonomické aspekty nepochybně patří také státní podpora podnikání. Ta není realizována přímo Libereckým krajem, přesto mezi jeho činnosti patří informovat podnikatele o možnostech jejího využití. Jak vyplývá z následujícího grafu, který je součástí Sociologického šetření mezi podnikateli, komunikační kanály zřejmě nefungují tak, jak by měly.



Obr. 6 - Otázka ze sociologického šetření LK na téma podpora cestovního ruchu

Zdroj: Vlastní úprava podle webových stránek Krajského úřadu LK

Více než polovina dotázaných uvádí, že o podpoře podnikání není informována, 20 % respondentů přiznává dobrou informovanost a 21 % není v dané věci zainteresováno. Nicméně podle dostupných informací z oddělení cestovního ruchu Libereckého kraje komunikace Krajského úřadu s podnikateli probíhá, stejně jako propagace státní podpory, avšak ekonomické subjekty jsou k ní spíše „hluché“.

Město pro byznys

Město pro byznys je srovnávací výzkum, který každoročně vyhodnocuje agentura Datank pro týdeník Ekonom. Cílem výzkumu je vyhodnotit podnikatelské prostředí malých a středních firem z pohledu samosprávy. Města se do výzkumu nepřihlašují, ale jsou zahrnována automaticky. Vyhodnocování je prováděno na základě 50 kritérií, mezi které patří např. podíl malých a středních firem na podnikání, nezaměstnanost nebo konkurence v regionu. Jako město pro byznys Libereckého kraje 2012 byl zvolen Jablonec nad Nisou, který zaujal ochotou úředníků, nebo promptně vyřízenými požadavky na magistrátu. Neztratil se ani v celorepublikovém hodnocení, kde obsadil 7. místo.

Díličními úspěchy se může chlubit také Liberec, který získal ocenění za městský úřad s nejvíce flexibilní pracovní dobou v ČR.⁷⁷

- **Legislativní podmínky**

Jak již bylo zmíněno, podnikání v ČR a cestovní ruch obecně není dostatečně právně upraven. Přesto se hlavně v poslední době snaží vláda ve spolupráci s institucemi a sdruženími v ČR o zlepšení situace. Poskytování služeb v ČR je z velké části upraveno v živnostenském zákoně, avšak každý subjekt se nachází v jiné kategorii, a tak je pro jeho provozování nutné splnění různých podmínek:

ŘEMESLNÉ - hostinská činnost

VOLNÉ - ubytovací služby, průvodcovská činnost, cestovní agentury

VÁZANÉ - průvodcovská činnost horská, masérství

KONCESOVANÉ - cestovní kancelář, taxislužba

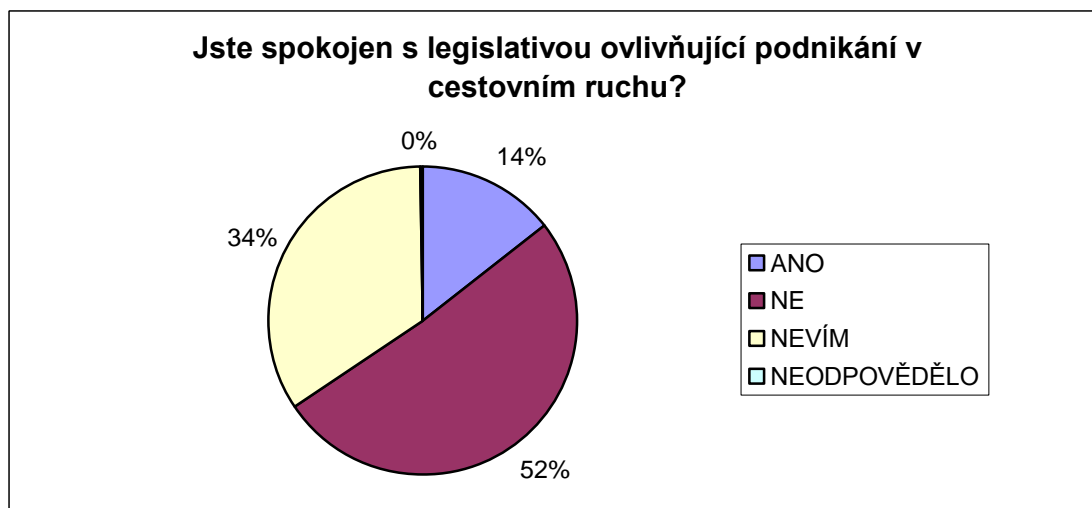
K provozování volných živností stačí pouze splnění základních podmínek, u řemeslných je třeba vzdělání a praxe v oboru a u vázaných podnikatel musí prokázat zvláštní způsobilost. Nejsložitější je získání koncesního oprávnění k provozu činnosti – podnikatel musí prokázat odbornou způsobilost, ale také splnit další podmínky, aby mu příslušný orgán byl ochoten koncesi udělit. Z toho vyplývá, že založení živnosti je poměrně časově náročný proces, výrazná je byrokratická zátěž a také nemalé finanční nároky v případě zakládání společností (minimální vklad). Administrativní zátěž vstupu do podnikání je v podnikatelském prostředí ČR častým terčem kritiky. Nejinak je tomu i v případě výpočtu daní. Daňový systém ČR patří k nejsložitějším na světě a podle agentury The Doing Business, která se zabývá ukazateli náročnosti podnikání většiny států světa, potřebuje průměrná firma v ČR k výpočtu a zaplacení daňové povinnosti 557 hodin.⁷⁸

⁷⁷ *Město pro byznys: Cena týdeníku Ekonom*, [online]. Praha, 2013 [vid. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.mestoprobyznys.cz/hodnoceni>

⁷⁸ Pro srovnání, v Lucembursku stačí 59 hodin.

Možností jak se vyhnout těmto nepříjemnostem a ušetřit svůj čas i nervy je využití tzv. firem na klíč. Stačí oslovit odbornou firmu, zaplatit příslušný poplatek a vše bude vyřízeno za vás.

Jak místní podnikatelé vnímají legislativní podmínky lze vidět v následujícím grafu.

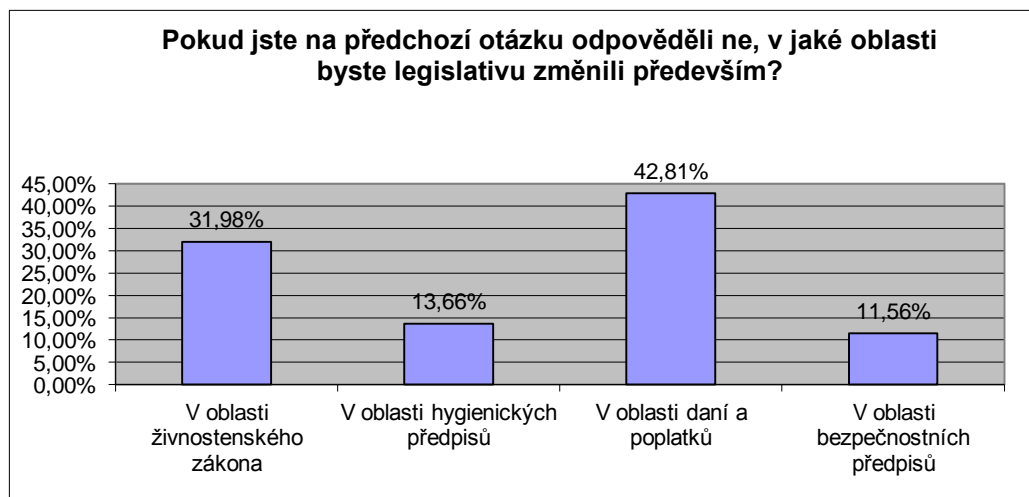


Obr. 7 – Otázka ze sociologického šetření LK na téma legislativa podnikání v CR

Zdroj: Vlastní úprava podle webových stránek Krajského úřadu LK.

Jak je možné vyčíst z grafu, více než polovina (51,05 %) respondentů vyjadřuje negativní postoj k právní úpravě podnikání v CR, 14,45 % podnikatelů nemá s touto oblastí podnikání problém a 34,3 % respondentů není schopno tuto skutečnost posoudit. Zřejmě největším důvodem, proč je většina malých a středních podnikatelů nespokojena s legislativou, je fakt, že vzhledem ke svojí velikosti vykonávají složitou administrativu sami bez pomoci odborníků.

Jak již bylo zmíněno, nejsložitější a časově nejnáročnější je daňový systém a splnění podmínek, které upravuje zákon o podnikání. Jde o komplikovanou byrokracii, která obtěžuje většinu podnikatelů. Nejinak je tomu i v oblasti CR, jak lze posoudit z odpovědí podnikatelských subjektů na následující otázku. Nejvíce podnikatelé Libereckého kraje kritizují právě množství daní a poplatků a spokojeni nejsou ani s předpisy upravující podnikání. Jako problematické hodnotí i hygienické či bezpečnostní normy.



Obr. 8 – Otázka ze sociologického šetření LK na téma změna legislativy v CR

Zdroj: Vlastní úprava dle webových stránek Krajského úřadu LK

- **Přírodní podmínky**

Přírodní podmínky pro podnikání v cestovním ruchu Libereckého kraje byly podrobněji rozebrány výše, proto zde budou uvedeny pouze nové skutečnosti. Hustota podnikání je v Libereckém kraji nerovnoměrná, ovlivňuje ji zejména krajinný profil. Z toho vyplývá, že největší koncentrace podnikatelů je v oblasti Krkonoš a krajského města Liberec, nezanedbatelná je také v Jizerských horách a v okolí Máchova jezera. Výhodou hor je vysoká návštěvnost jak v letní tak v zimní sezoně.⁷⁹

- **Konkurenční prostředí**

K úspěšné konkurenceschopnosti přispívá velkou měrou členství v organizacích a spolupráce s ostatními podnikateli. V Libereckém kraji existuje několik společností, jejichž členy se mohou stát podnikatelé cestovního ruchu.

⁷⁹ Strategie rozvoje Libereckého kraje 2006 – 2020. Liberec: Krajský úřad Libereckého kraje, 2012, s. 28.

North Bohemia Convention Bureau



Obr. 8 – Logo společnosti North Bohemia Convention Bureau, o.p.s.

Zdroj: Webové stránky North Bohemia Convention Bureau

Jednou z nich je obecně prospěšná společnost North Bohemia Convention Bureau, o.p.s., jejíž snahou je začlenění Libereckého kraje mezi destinace, pořádající meetingy, konference a jiné obchodní události. Cílem je nabídnout hotely na vysoké úrovni, lázně i kongresová centra. Možností je také využití eventových agentur, které jsou schopné sestavit např. teambuildingovou akci na klíč.⁸⁰

Samozřejmostí je také krajská i okresní Hospodářská komora. Krajská komora byla založena v roce 1993 a od té doby se řadí mezi přední v celé republice. Mezi její činnosti patří poskytování informačního servisu podnikatelům, zejména v oblasti legislativy, nabídka vzdělávání nebo podpora mezinárodní spolupráce⁸¹

V neposlední řadě je zde zastoupena i Asociace hotelů a restaurací České republiky. Ta vznikla v roce 2006 sloučením sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu (dále jen HO.RE.KA) a Národní federace hotelů restaurací ČR. Úkolem Liberecké sekce je spolupracovat s ostatními podnikateli a regionálními orgány na základě podmínek, které jsou pro Liberecký kraj specifické.

⁸⁰ North Bohemia Convention Bureau, [online]. Praha, 2010 [vid. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.nbcv.cz/>

⁸¹ Krajská hospodářská komora Liberec: O nás, [online]. Praha, 2009 [vid. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.khklberec.cz/khk-liberec-1/>

AHRČR se mimo jiné podílí na projektu jednotné klasifikace ubytovacích zařízení, který by usnadnil spolupráci ubytovacích zařízení, ale také orientaci zákazníků při výběru ubytování. V roce 2010 se ČR přidala k organizaci Hotelstars Union, která tuto harmonizaci aplikuje a jejími členy jsou vyspělé státy jako Německo, Rakousko nebo Švédsko.⁸²

⁸² *Asociace hotelů a restaurací České republiky*, [online]. Praha, 2009 [vid. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.khkluberec.cz/khk-liberec-1/>

4. Vlastní analýza podnikání v cestovním ruchu v Libereckém kraji

Přestože jsou k dispozici šetření provedená v minulosti, pro potřeby této diplomové práce bylo nezbytné provést vlastní analýzu současného stavu a vyvrácení nebo potvrzení předem stanovených předpokladů.

4.1 Cíle a předpoklady

Cílem tohoto šetření je získání informací k problematice podnikání v cestovním ruchu v Libereckém kraji, zejména k jeho podmínkám a porovnání výsledků se skutečnostmi, které uvádí literatura.

V teoretické části byly vymezeny základní pojmy související s podnikáním a cestovním ruchem, jeho postavení v české ekonomice a také teoretické podmínky při výběru Libereckého kraje jako destinace pro založení podniku. Praktická část se bude zabývat otázkou podnikatelského prostředí v Libereckém kraji a jeho vnímání regionálními podnikateli. Daná problematika je poměrně těžko obsáhnutelná a složitá, z toho důvodu zřejmě nebudou v průběhu šetření zodpovězeny všechny relevantní otázky.

Pro vyhodnocení výsledků a závěrů je nezbytné stanovení předpokladů, které budou následně prohlášeny za platné či neplatné. Na základě dostupné literatury a závěrů z teoretické části práce byly stanoveny tyto tři předpoklady.

- Nejvíce firem v cestovním ruchu jsou malé a střední podnikatelé.
- Legislativa upravující podnikání v cestovním ruchu se v praxi jeví jako nedostatečná.
- Podnikatelé v Libereckém kraji využívají všech dostupných možností pro usnadnění podnikání, jako jsou státní podpory nebo členství v organizacích.

4.2 Metoda zkoumání

S ohledem na danou problematiku byla jako nejvhodnější metoda šetření zvolena kvantitativní metoda dotazování. Konkrétně se jednalo o anonymní dotazování písemného (elektronického) charakteru. Dotazník byl umístěn na webové stránce vyplňto.cz a tento odkaz byl spolu s průvodním dopisem, (viz příloha č. 1), odeslán na e-mailové adresy respondentů. Tato empirická metoda byla zvolena záměrně díky časové nenáročnosti a malému zásahu do soukromí respondentů, přestože se dala očekávat velmi nízká návratnost či zkreslení z důvodu neporozumění otázce.

4.2.1 Dotazník

Dotazník sestával ze tří částí:

1) Úvod

Úvodní text měl za úkol motivovat respondenty k vyplnění dotazníku a jeho součástí bylo představení a shrnutí tématu, uvedení důvodů pro vyplnění dotazníku a účelu, ke kterému budou data použity – jednalo se o text velmi podobný průvodnímu dopisu, který je uveden v příloze.

2) Samotné dotazování

Dotazník obsahoval přesně a jasně formulované otázky, které se dotýkají problematiky podnikání. V některých částech se dotazník větvil v závislosti na odpovědi respondenta. Byly zde zastoupeny jak otázky objektivní, informativního charakteru (č. 1, 4, 7, 9, 10), tak otázky subjektivní, hodnotící (č. 2, 3, 5, 6, 8), ve kterých měli respondenti možnost vyjádřit svůj postoj k tématu.

Většina otázek byla uzavřených, respondenti měli na výběr pouze pevně dané odpovědi. Přesto zde byla zastoupena vždy vyhraněná i neutrální stanoviska k otázce (např. ano-ne-nevím). Objevily se však i otázky otevřené, kde respondenti objasňovali důvody svých odpovědí, popřípadě mohli formulovat svoje názory.

Podnikatelské subjekty bývají vždy velmi zaneprázdněny a v dnešní přemedializované době mají negativní postoj k výzkumům a e-mailovým zprávám s nevyžádaným sdělením. Z tohoto důvodu byl vědomě zvolen malý počet otázek, které udržely respondentovu pozornost a nedocházelo tak k předčasnému ukončení dotazníku.

3) Závěr

Zde bylo uvedeno děkovné sdělení za čas a ochotu věnovanou vyplnění dotazníku.

4.3 Zkoumaný vzorek

Přestože původním cílem bylo sledovat obecně podniky v cestovním ruchu, pro větší přesnost byla vybrána pouze hromadná ubytovací zařízení. I bez bližších informací je patrné, že podnikatelé z různých oblastí cestovního ruchu mají svá specifika, a proto by výpovědní hodnota dotazníku, ve kterém se mísí například cestovní kanceláře a stravovací zařízení, nebyla relevantní.

Hromadná ubytovací zařízení jsou kategorizována Světovou organizací turismu dle počtu lůžek či úrovně poskytovaných služeb na hotely ***** až *, hotely garni, penziony, kempy, chatové osady, turistické ubytovny a ostatní nespecifikovaná ubytovací zařízení. Snahou bylo oslovit zástupce všech kategorií pro komplexnější výsledek. Nejvíce však bylo penzionů, což je patrné i z následující tabulky, která zachycuje počet hromadných ubytovacích zařízení v Libereckém kraji v roce 2011 podle kategorií.

Tab. 10 – Kategorizace hromadných ubytovacích zařízení

Hotel ****, motel	Hotel ****, motel	Hotel ***, motel	Hotel **, motel	Hotel *, motel	Hotel garni	Penzion	Kemp	Tur. ubytovna	Chatová osada	Ostatní ubyt. zařízení	Celkem
0	10	74	19	12	3	299	28	60	42	209	756

Zdroj: Vlastní úprava dle ČSÚ

Celkem bylo osloveno 524 podnikatelských subjektů, jejichž seznam byl čerpán z webových stránek ČSÚ. Jednotlivé e-mailové adresy pak byly vyhledány na internetových stránkách příslušných hromadných ubytovacích zařízení. 50 e-mailů nebylo doručeno a 5 podnikatelských subjektů se již nevěnuje podnikání v oblasti cestovního ruchu. Dotazník kompletně vyplnilo 104 respondentů a potvrdily se tak obavy ohledně nízké návratnosti. Ta činila po přepočtu na procenta 22,2 %. Přesto se však podařilo získat dostatečný počet odpovědí, které mohou být považovány za reprezentativní vzorek. Překvapením bylo několik e-mailů, které dorazily jako reakce na dotazník a podrobněji mapovaly tuto problematiku. Pro potřeby našeho výzkumu ale nebyly zaznamenány.

4.4 Získané údaje a jejich interpretace

Pro vyhodnocení výsledků nebyly použity žádné složité statistické metody, získané údaje jsou vyjádřeny procentuálně vzhledem k celkovému počtu respondentů. Každá otázka je interpretována samostatně a pro větší výpovědní hodnotu jsou výsledky zaznamenány do tabulky i grafu. Zhodnocení odpovědí případně potvrzení či vyvrácení předpokladů je uvedeno za otázkou.

Otázka č. 1 – Kolik zaměstnanců má Váš podnik?



Obr. 9 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 1

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

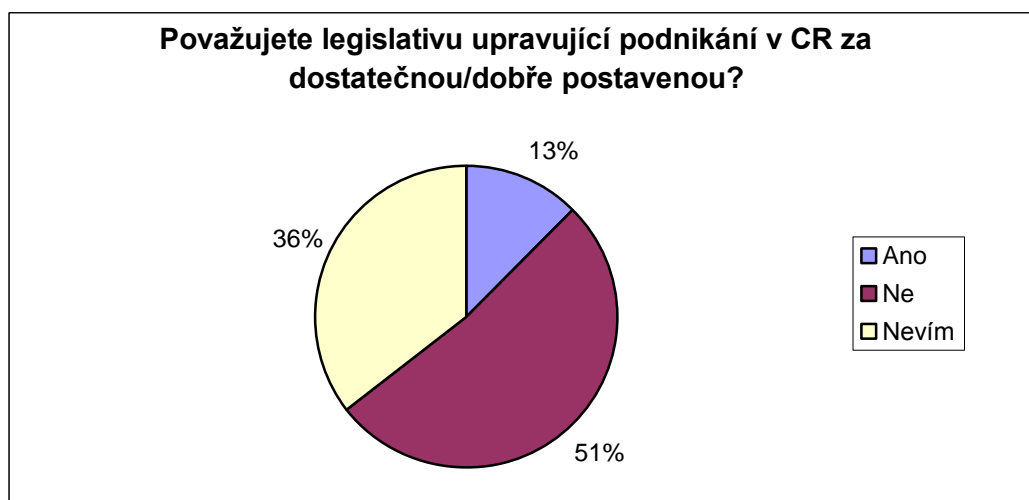
Tab. 11 – Počet zaměstnanců firem podnikajících v CR v LK

Méně než 50	50 až 250	Více než 250
102	2	0
98 %	2 %	0 %

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

V tabulce jsou znázorněny počty dotázaných podle velikosti podniku a jejich procentuální podíl v rámci dotazníkového šetření. Jednoznačně převažují podniky s méně než 50 zaměstnanci, tedy malé a drobné. Během šetření jich bylo zaznamenáno 98 %. Střední podniky jsou zastoupeny 2 % vzorku. Podnikatelské subjekty s více než 250 zaměstnanci nebyly zaregistrovány. Z výsledků tak jasně vyplývá, že již v úvodu dotazníku byl potvrzen I. předpoklad. Nejvíce firem v cestovním ruchu jsou malí a střední podnikatelé. Tento závěr byl snadno předpověditelný již ze struktury hromadných zařízení podle kategorie, neboť největší zastoupení mají penziony. Většinou se jedná o malé podniky, mnohdy rodinné, které mají k dispozici pouze několik pokojů a neoplývají velkou zaměstnaneckou základnou. Nezanedbatelným aspektem, který může mít na svědomí mírné zkreslení vzorku, je neochota větších firem zúčastnit se dotazníkových šetření.

Otázka č. 2 – Považujete legislativu upravující podnikání v CR za dostatečnou/dobře postavenou?



Obr. 10 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 2

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Tab. 12 – Struktura odpovědí na otázku, zda je legislativa podnikání v ČR dostatečná

Ano	Ne	Nevím
13	54	37
13 %	51 %	36 %

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Více než polovina dotazovaných (51 %) vyjádřila nesouhlas se současnou legislativní úpravou podnikání v ČR, pozitivní názor sdílí 13 % a 36 % všech dotázaných neumí tuto skutečnost posoudit. Výsledky jsou prakticky totožné s těmi, které přineslo Sociologické šetření pořádané Krajským úřadem v Liberci v rámci Integrovaného projektu cestovního ruchu v roce 2009. Vybrané otázky byly použity v minulé kapitole.

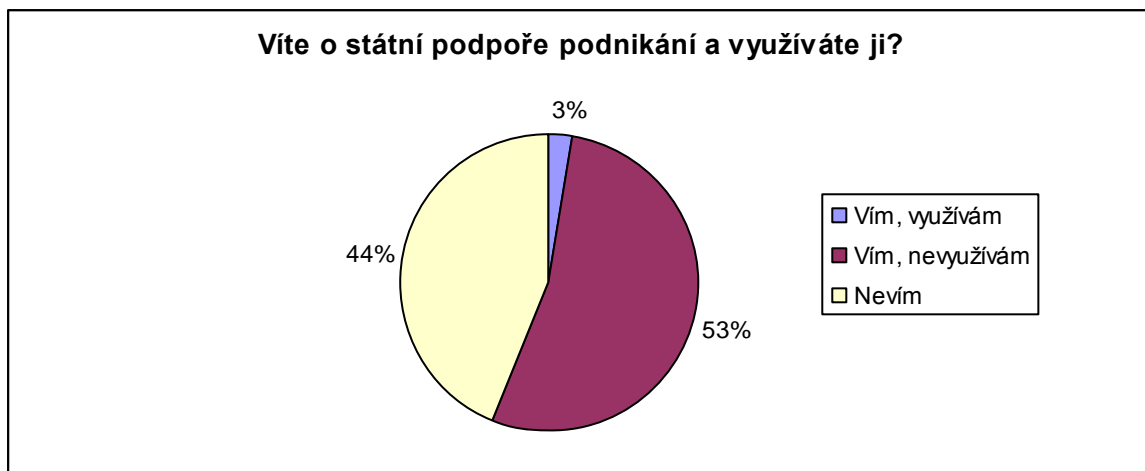
Podle názoru všech dotázaných, kteří se zúčastili šetření, lze potvrdit II. předpoklad - Legislativa upravující podnikání v cestovním ruchu se v praxi jeví jako nedostatečná. Nespokojených respondentů v porovnání se spokojenými je výrazně více. Subjekty nesouhlasí především s daňovým systémem, složitou administrativou a požadavky institucí. Více se problematice věnuje další otázka.

Otázka č. 3 – Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ne, napište proč:

Pro toto téma byla použita otázka otevřeného charakteru a respondenti měli možnost vyjádřit svůj názor na legislativní systém ČR, který upravuje oblast podnikání v ČR. Přestože se jednalo o nepovinnou otázku, většina dotázaných měla potřebu vyslovit svůj postoj.

Odpovědi byly různého charakteru, přesto se zabývaly podobnými tématy. Mezi nejčastější odpovědi patřila kritika daňové zátěže a daňového systému, ale i dalších poplatků souvisejících s podnikáním (např. Ochranný svaz autorský- dále jen OSA, INTEGRAM), dále se velký počet malých a středních podnikatelů cítí být diskriminován státní legislativou. Dle jejich názoru jsou zvýhodňovány zejména velké korporace a drobní podnikatelé nenachází v legislativní úpravě zastání. Část podnikatelů vnímá legislativu jako nedostatečnou, nejednoznačnou a neumí se v ní správně orientovat. Respondenty obtěžují vysoké požadavky, které jsou na ně kladeny stejně jako složitá byrokracie. V odpovědích byla zmíněna také absence zákona o CR a pocit nedostatečné finanční podpory podnikání ze strany státu.

Otázka č. 4 – Víte o státní podpoře podnikání a využíváte ji?



Obr. 11 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 4

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Tab. 13 – Struktura odpovědí na otázku, zda firmy vědí o státní podpoře

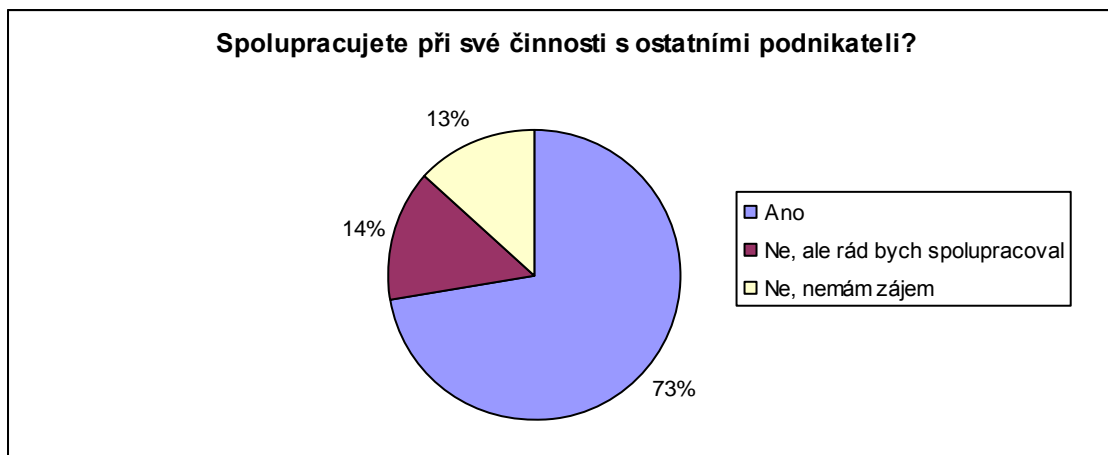
Vím, využívám	Vím, nevyžívám	Nevím
3	55	46
3 %	53 %	44 %

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Na otázku, zda podnikatelské subjekty využívají státní podpory, odpověděla pouze 3 % kladně, 55 % dotázaných vyjádřilo nezájem, přestože o této možnosti finanční podpory mají dostatek informací a 44 % oslovených údajně nemá o této příležitosti dostatečné povědomí. Z ohlasů na dotazník je zřejmé, že část podnikatelů považuje podmínky podpory za zcela nesmyslné či nesplnitelné.

Výsledky vypovídají o absenci komunikačních kanálů mezi Krajským úřadem v Liberci v jehož kompetenci je propagace státní podpory a dalších nástrojů. Krajský úřad však toto tvrzení zcela odmítá a tvrdí, že k prezentaci možností finančních podpor pro podnikatele pravidelně dochází. Situaci by zřejmě pomohlo zlepšení respektive zvolení jiné formy informačních kanálů ze strany Kraje a změna postoje podnikatelů vůči novým možnostem. Ten je v současné době velmi odmítavý.

Otázka č. 5 – Spolupracujete při své činnosti s ostatními podnikateli?



Obr. 12 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 5

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Tab. 14 – Struktura odpovědí na otázku, zda firmy spolupracují s ostatními podnikateli

Ano	Ne, ale rád bych spolupracoval	Ne, nemám zájem
75	15	14
73 %	14 %	13 %

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

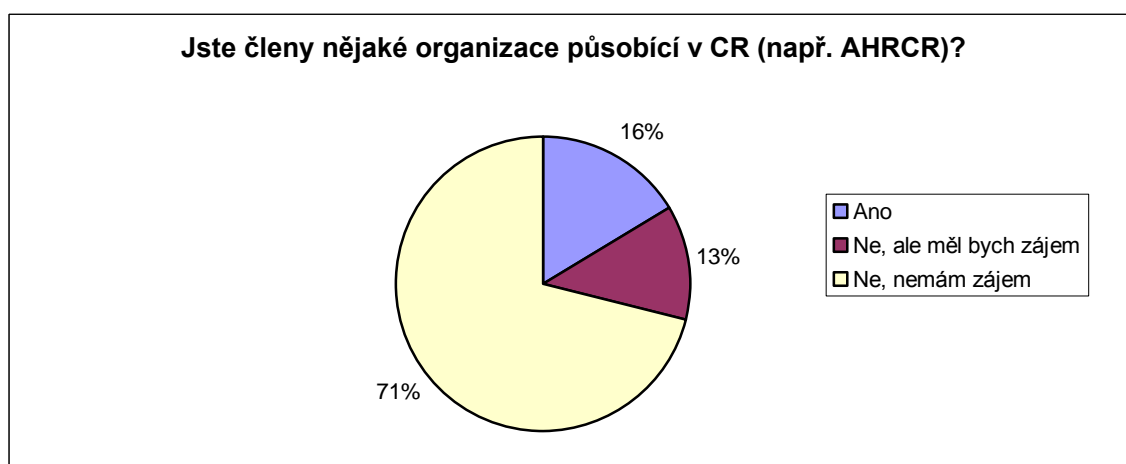
Nadpoloviční většina podnikatelů (75 %) využívá při svém působení spolupráce s ostatními subjekty. 14 % respondentů sice v současné době nekooperuje s jinými podniky, ale pokud by se tato možnost naskytla, rádo by ji využilo. 14 % dotazovaných vyjádřilo nezájem o dané téma.

Oproti jiným otázkám byl u otázky č. 5 zaznamenán pozitivní přístup k příležitosti zapojení se do kolektivní aktivity. Příkladem spolupráce podnikatelů jsou stále častěji se objevující kupony či slevy na služby jednoho subjektu při nákupu služeb u druhého (např. při přenocování v ubytovacím zařízení je poskytnuta sleva 20% na útratu ve spřízněném stravovacím zařízení), vzájemné doporučování se, zakládání společných webových stránek a sdružení. Možností je spolupráce v rámci turistických regionů, která bývá podporována právě samotnými obcemi.

Otázka č. 6 – Pokud jste na předchozí otázku odpověděli „nemám zájem“, uveďte z jakého důvodu.

Otázka, která zkoumala nezájem respondentů o spolupráci s ostatními podnikateli byla opět otevřená, s možností vlastního vyjádření a patřila mezi nepovinné. Z tohoto důvodu se nedočkala velké pozornosti a vyplnilo ji 7 podnikatelů z 14, tedy polovina. Jako argumenty uváděli zejména velikost podniku (většina respondentů jsou malí a střední podnikatelé, kteří nabývají mylného dojmu, že je pro ně spolupráce bezcenná) a vyslovili nedůvěru a negativní postoj ke sdružování jakéhokoliv charakteru. Obávají se také nefunkčnosti spolupráce a jejich postoje jsou založeny na předchozích špatných zkušenostech. Většina věří ve své vlastní obchodní dovednosti.

Otázka č. 7 – Jste členy nějaké organizace působící v CR (např. AHRCR)?



Obr. 13 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 7
Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Tab. 15– Struktura odpovědí na otázku ohledně členství v organizacích CR

Ano	Ne, ale měl bych zájem	Ne, nemám zájem
17	13	74
16 %	13 %	71 %

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

17 % dotazovaných je aktivními členy různých organizací sdružující podnikatele v CR, 13 % tuto zkušenost nemá, ale pokud by jim členství bylo nabídnuto nebo měli více informací, o vstupu by uvažovali a nadpoloviční většina (71 %) vyjádřila negativní postoj ke sdružování.

Nízká účast ve sdruženích podnikatelů je opět částečně dána velikostí podnikatelských subjektů v CR. Tuto myšlenku potvrdily i výsledky dotazníků, neboť firmy, které uvedly, že počet jejich zaměstnanců je více než 50, členy organizací jsou. Malé a střední firmy pokládají členství v hlavních organizacích jako je např. ACK nebo AHRCR za zbytečné a diskriminující drobné podnikatele. Projevila se tak nedůvěra pro instituce jakéhokoli druhu. Zvýhodnění podmínek vstupu nebo větší osvěta by mohly zvýšit zájem, a tím pomoci k propojení podnikatelských sítí.

Otázky č. 4, 5 a 7 měly být zdrojem pro vyhodnocení III. výzkumného předpokladu - Podnikatelé v Libereckém kraji využívají všech dostupných možností pro usnadnění podnikání, jako jsou státní podpory nebo členství v organizacích. Výsledky odpovědí však nepřinášejí jasná stanoviska, a tak tato domněnka nemůže být matematicky (procentuelně) potvrzena ani vyvrácena. Současné podnikatelské prostředí a přístup firem k využití dostupných možností pro usnadnění podnikání může být zhodnoceno pouze slovně, na základně úvahy.

Otázka č. 4 a 7 jasně vypovídá o nezájmu podnikatelů o nástroje usnadňující podnikání. V obou případech vyjádřila více než polovina dotázaných negativní postoj k využití podpůrných prostředků. Na otázku č. 5 odpověděla většina respondentů kladně, přesto z poměru kladných (č. 5) a záporných (č. 4 a 7) výsledků vyplývá, že podniky dostatečně nevyužívají všechny dostupné metody ke zlepšení jejich postavení na trhu cestovního ruchu.

Otázka č. 8 – Má z Vašeho pohledu návštěvnost LK spíše rostoucí nebo klesající tendenci?



Obr. 14 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 8

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Tab. 16 – Struktura odpovědí na otázku ohledně návštěvnosti LK

Rostoucí	Klesající	Nevím
21	46	37
20 %	44 %	36 %

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Podle názoru 44 % respondentů mají turisté o Liberecký kraj stále menší zájem, 20 % naopak považuje návštěvnost za rostoucí a 36 % dotazovaných nedovedlo tuto otázku posoudit.

Odpovědi jsou subjektivního rázu, výsledky nelze považovat za odraz skutečného stavu. Dle údajů ČSÚ má naopak návštěvnost Libereckého kraje v posledních letech spíše rostoucí tendenci. Úsudek podnikatelů je zřejmě ovlivněn současnou ekonomickou situací v ČR, která není stejně jako v ostatních zemích nikterak růžová. Dále také přibývá počet jednodenních výletníků, např. rodin s dětmi, kteří se snaží tímto způsobem ulehčit rodinnému rozpočtu. Tento fakt nejsou ubytovací zařízení schopna zaznamenat.

Otázka č. 9 – Plánujete v nejbližší době investice do podnikání?



Obr. 15 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 9

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Tab. 17 – Struktura odpovědí na otázku na téma, zda subjekty plánují investice

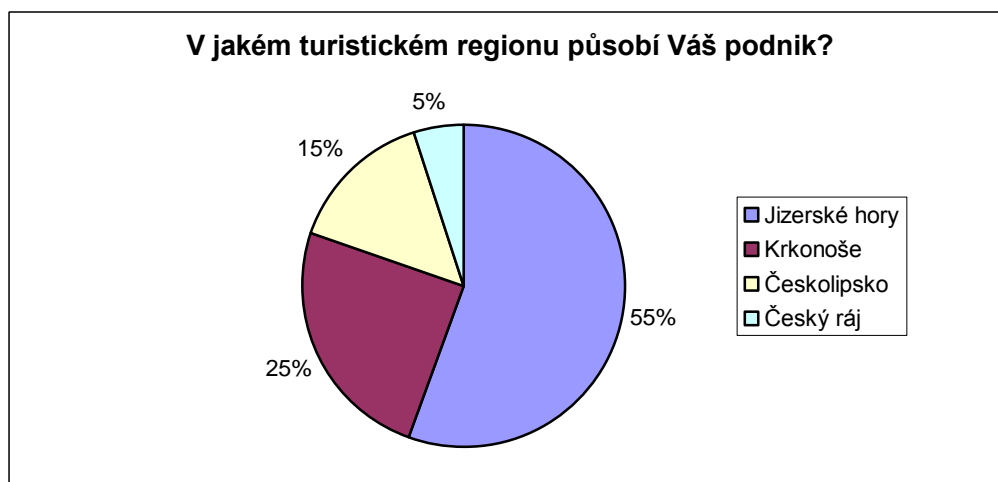
Ano	Ne
55	49
53 %	47 %

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Odpovědi na tuto otázku neposkytly podklady pro jednoznačné závěry. O investicích do podniku uvažuje 53 % podnikatelských subjektů, naopak 47 % respondentů neplánuje žádný významný vklad do podnikání. Z uvedeného grafu je patrné, že mírně převažují podnikatelé s pozitivními preferencemi.

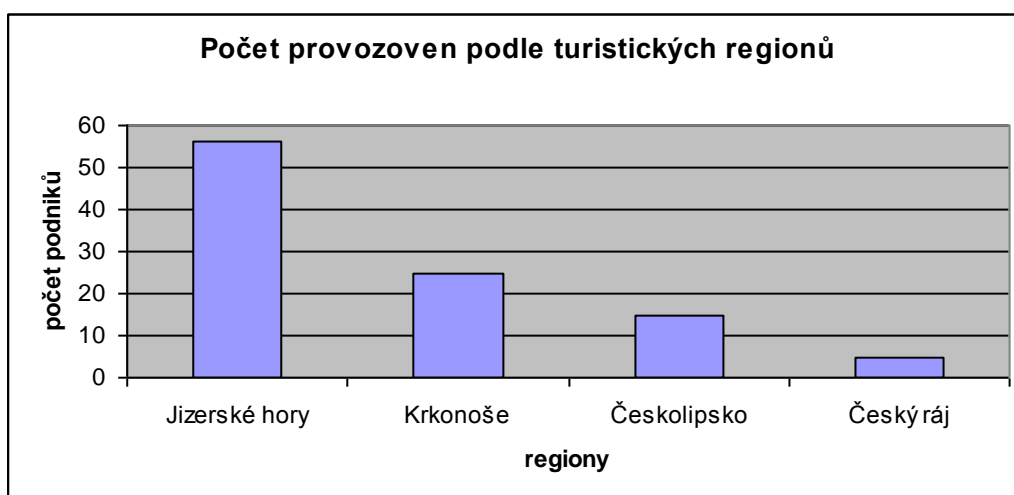
Nizký zájem podnikatelů o investice a rozšiřování majetku je způsoben nestabilní ekonomickou situací a nedostatkem volných finančních prostředků. Naopak subjekty disponující financemi uvažují nad zvýšením kapacit svých ubytovacích zařízení za vidinou větších zisků a návštěvnosti v období, kdy sezona dosahuje své špičky a veškerá hromadná ubytovací zařízení jsou zoufale přeplněna.

Otázka č. 10 – V jakém turistickém regionu působí Váš podnik?



Obr. 16 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 10

Zdroj: Výsledky vlastního šetření



Obr. 17 – Graf zobrazující výsledky otázky č. 10

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Tab. 18 – Struktura odpovědí na otázku ohledně lokality provozoven

Jizerské hory	Krkonoše	Českolipsko	Český ráj
56	25	15	5
55 %	25 %	15 %	5 %

Zdroj: Výsledky vlastního šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 56 hromadných ubytovacích zařízení z Jizerských hor, 25 podnikatelských subjektů má svoji provozovnu v Krkonoších, Českolipsko bylo zastoupeno 15 respondenty a Český ráj se na výsledcích podílel prostřednictvím pěti místních firem.

Z výše uvedené tabulky je patrné, že turistické regiony nebyly v šetření zastoupeny rovnoměrně. Tato skutečnost je způsobená rozdílnou velikostí jednotlivých regionů a počtem podnikatelských subjektů v nich působících. Nezbytným faktorem při formování vzorku je také ochota podnikatelů vyplnit dotazník. Ta je, neovlivnitelným jevem, který částečně zkresluje výsledky šetření.

4.5 Vyhodnocení

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na zjištění podmínek pro podnikání v CR v Libereckém kraji a elektronickou formou v něm bylo osloveno celkem 524 subjektů. Cílem bylo zjištění reálných podmínek, (aby mohlo dojít k následnému porovnání s teoretickou přípravou), a také potvrzení či vyvrácení stanovených předpokladů. Šetření se zúčastnilo 104 respondentů, čímž se vyplnily predikce nízké návratnosti, která v tomto případě činila 22,2 %. Zastoupeny zde byly různou měrou všechny turistické regiony. Respondentům bylo položeno 10 otevřených i uzavřených otázek, které byly jak objektivního, tak subjektivního charakteru.

Záměrem šetření bylo zároveň potvrdit či vyvrátit předem stanovené předpoklady. I. předpoklad se zakládal na tvrzení, že podnikatelé v cestovním ruchu jsou převážně malé a střední firmy. Do šetření byla na úvod zařazena otázka ohledně počtu zaměstnanců, ve které 98 % respondentů uvedlo, že jejich podnik zaměstnává méně než 50 lidí a tím je charakterizován jako malý či drobný. Pouze 2 % dotázaných vlastní firmy o velikosti 50 až 250 zaměstnanců (střední podnik), což je sice zanedbatelný podíl, avšak vzhledem k absenci jiných odpovědí podporuje stanovené domněnky. I. předpoklad byl tedy beze zbytku potvrzen. Výsledky navíc korespondují s teoretickými údaji, které byly zmíněny v předchozí části práce na základě dostupné literatury.

II. předpoklad se týkal oblasti zákonů, konkrétně tvrzení, že legislativa upravující podnikání v CR ruchu se v praxi jeví jako nedostatečná. Více než polovina (51 %) respondentů se domnívá, že v legislativě jsou jisté rezervy, 13 % dotázaných je naopak se současným stavem spokojeno a 36 % nedokázalo tuto oblast posoudit. Z výsledků vyplývá, že i druhý předpoklad byl potvrzen nadpolovičním názorem podnikatelů. Tato otázka se ukázala jako citlivé téma, které se podnikatelských subjektů velmi dotýká. V doplňující otázce kritizovali především daňový systém, absenci zákona o cestovním ruchu či složitou byrokracií. Drobní podnikatelé se taktéž cítí být diskriminováni ve srovnání s velkými firmami. Výsledky byly opět totožné s teoretickými východisky práce, ve kterých bylo na problematiku legislativy poukazováno.

III. předpoklad spojoval tři otázky týkající se podmínek podnikatelského prostředí. V předpokladu bylo stanoveno, že podnikatelé v Libereckém kraji využívají všech dostupných možností pro usnadnění podnikání, jako jsou státní podpory nebo členství v organizacích. Jak se ukázalo, tvrzení nebylo možné na základě matematických poznatků potvrdit, ani vyvrátit. Na první otázku, zda při své činnosti hromadná ubytovací zařízení spolupracují s ostatními subjekty, odpovědělo 73 % respondentů kladně, 14 % podnikatelů sice v současné době spolupráce nevyužívá, ale pokud by jim byla nabídnuta, rádi by ji využili a 13 % se staví k těmto možnostem negativně.

Druhá otázka zkoumala povědomí firem o možnosti čerpání státních podpor. Aktivně tuto možnost využívá pouhá 3 % podnikatelů, 53 % dotázaných je sice informováno o této příležitosti, nejvíce o ni však žádný zájem. 44 % ubytovacích zařízení nemá dostatek podkladů a informací. V poslední otázce sloužící k vyhodnocení předpokladů byli podnikatelé dotazováni, zda jsou členy jakékoliv organizace působící v CR. 17 % využívá členství v organizacích ke svému prospěchu, 13 % tak sice nečiní, ale této možnosti by se nebránilo a 71 % sdílí negativní postoj ke sdružování jakéhokoliv charakteru. Obecně lze tedy zhodnotit, že podnikatelé spíše nevyužívají všech dostupných možností, které mohou usnadnit podnikání.

Je třeba brát v potaz, že celé šetření bylo ovlivněno přirozenými tendencemi podnikatelských subjektů ke kritice. Důležitým aspektem je také fakt, že většina subjektů vykonává administrativu samostatně, nevyužívá služeb odborných firem. Z odpovědí je cítit nedůvěra, negativní postoj ke státním institucím a nespokojenost drobných podnikatelů. Celkově lze tedy soudit, že podnikatelské subjekty v Libereckém kraji nepovažují podmínky podnikání v ČR za ideální.

4.6 Možnosti řešení

Globálním problémem, jehož vyřešení by bylo nápomocné nejen malým a středním podnikům, ale podnikatelům obecně, je především potřeba pozvednout celou českou ekonomiku, která se již delší dobu ocitá v krizi. V momentě, kdy koneční spotřebitelé nejsou z finančních důvodů schopni čerpat služby, které firmy nabízejí, nelze očekávat, že dojde k výraznému zlepšení podmínek v podnikatelském prostředí. Řešení této komplikované situace lze označit jako běh na dlouhou trať. Cestovní ruch se však v ČR podílí na výstupu ekonomiky významným způsobem a zlepšení v tomto odvětví se může výrazně promítnout v celé ekonomice. Výsledky může přinést snaha o zaměření se na konkrétní oblasti tohoto odvětví, ve kterých jsou viditelné mezery a rezervy.

4.6.1 Změna legislativy

Jak vyplynulo z výsledků dotazníkového šetření, velká část podnikatelů kritizuje legislativní úpravu podnikání a absenci zákona o CR. Malé a střední podniky obvykle nevyužívají služeb odborných firem, a proto by zjednodušení a větší transparentnost legislativy přispělo ke zlepšení vnímání podnikatelského prostředí. Stejně tak snížení daně z přidané hodnoty by vedlo k výhodnějším podmínkám na poli investic. Trochu světla do této problematiky může přinést i nový občanský zákoník, který vejde v platnost začátkem roku 2014. Upravuje mimo jiné závazkové a majetkové vztahy, dotkne se i daňové problematiky a nájemních smluv.

Hlavním problémem v legislativě ČR je zřejmě nedostatečné destinační vymezení pravomocí jednotlivých subjektů veřejné správy a jejího financování. Tato slabina by měla být v nejbližší době odstraněna díky chystanému zákonu o podpoře a řízení cestovního ruchu, který s největší pravděpodobností nabyde právní účinnosti také v roce 2014.

Za pozornost stojí také otázka korupce při snaze o získání dotací či grantů nebo v případě veřejných soutěží. ČR je jednou z nejvíce postižených zemí z celé Evropy a přes veškerou snahu není legislativně ošetřena do té míry, aby se jí dalo účinně předcházet.

4.6.2 Zlepšení spolupráce podnikatelských subjektů s orgány veřejné správy

Z odpovědí respondentů lze snadno vycítit nedůvěru ke státním orgánům a negativní postoj ke spolupráci, kterou nabízejí. Řešením by mohla být významnější osvěta, v důsledku které by podnikatelé změnili názor. Možností jsou pravidelná setkání podnikatelů se zástupci orgánů veřejné správy propagující příležitosti spolupráce a podpory. Ta nevylučuje ani existenci motivačního systému – *Pokud budete aktivními členy, postaráme se o propagaci Vašeho podniku*. Součástí agendy mohou být i nové trendy v oblasti ČR nebo aktuální sportovní či kulturní akce organizované v daném regionu, do kterých se mohou podnikatelé začlenit a snadno získat klientelu.

Přirozenou součástí je zcela nenásilné navazování kontaktů a spolupráce s ostatními podnikateli. Zajímavou alternativou je vznik tzv. klastrů. Podle agentury CzechInvest⁸³ se jedná o soubor regionálně propojených podnikatelských subjektů, institucí jako jsou školy a dalších organizací, které svojí soudržností vedou ke zvýšení konkurenceschopnosti.

Lze poukázat na nové formy cestovního ruchu, ve kterých je skrytý potenciál (např. kongresový cestovní ruch, relaxační-wellness ČR). Pokud podnikatelé získají dostatečnou důvěru a kladný přístup ke spolupráci, budou se více zajímat o možnosti vstupu do sdružení a organizací.

⁸³ CzechInvest [online]. Praha, 2003 [vid. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/klastry>

Nelze opomenout ani spolupráci na úrovni obcí v regionu, které mohou podnikatele podpořit vhodnými podmínkami pro turistickou návštěvnost (nízké obecní poplatky za ubytování, parkování). Vznikne tak kompaktní síť podnikatelských subjektů v rámci celého regionu.

Hlavním cílem je ukázat potenciál drobných podnikatelů a zvýšit jejich konkurenceschopnost na trhu CR. Prvotním impulsem, který však může přinést značné výsledky, je především dobrá vůle a zájem ze strany podnikatelů.

Závěr

Podnikání malých a středních firem představuje v současnosti činnost více než 99 % podnikatelských subjektů a nejinak je tomu i v oblasti cestovního ruchu. Přestože se jedná o početnou skupinu firem, jako jednotlivci nemají drobní podnikatelé v porovnání s gigantickými korporacemi šanci na úspěch. Z tohoto důvodu by problematice MSP měla být věnována dostatečná pozornost z hlediska legislativy i státní podpory. Ta je však nastavena příliš složitě a netransparentně a drobní podnikatelé se v ní mají problém orientovat.

Cílem mé práce bylo provést analýzu podmínek podnikání v oblasti cestovního ruchu v Libereckém kraji a výsledky porovnat s teoretickými východisky. K tomuto účelu jsem vybrala elektronické dotazníkové šetření. Empirického výzkumu se zúčastnilo téměř 500 hromadných ubytovacích zařízení. Tento vzorek byl vybrán zcela záměrně pro zpřesnění výsledků, na základě úvahy o rozdílných podmínkách podnikání v závislosti na povaze podniku. I přes nízkou návratnost dotazníků, která činila 20 %, se zdařilo získat dostatečný počet relevantních dat.

Problematika podnikání se ukázala jako poměrně složitá a těžko obsáhnutelná a z tohoto důvodu nebyly zodpovězeny všechny otázky, které v průběhu práce mohly vyvstat. Před samotným šetřením jsem stanovila tři výzkumné předpoklady, které měly být na základě získaných výsledků vyvráceny či potvrzeny.

První tvrzení bylo založeno na teoretické části práce, ve které bylo uvedeno, že většina podnikatelských subjektů jsou malí a střední podnikatelé. Tento předpoklad byl bez výhrady potvrzen i v oblasti CR v Libereckém kraji za pomoci výsledků první otázky, kde 98 % respondentů uvedlo, že jejich podnik má méně než 50 zaměstnanců a 2 % dotázaných zaměstnává 50 – 250 lidí. Lze tedy říci, že podnikatelské subjekty CR v Libereckém kraji tvoří zejména malí a střední podnikatelé.

V průběhu zpracovávání teoretické části jsem zaznamenala značné nedostatky v oblasti legislativní úpravy podnikání a cestovního ruchu, zejména v jeho řízení regionálními orgány. Druhé tvrzení bylo proto založeno na domněnce, že legislativní úprava podnikání se v praxi jeví jako nedostatečná.

I toto tvrzení se podařilo potvrdit, neboť nadpoloviční většina oslovených (51 %) vyhodnotila legislativu jako nedostačující, 13 % respondentů bylo překvapivě se současnou situací spokojeno a 36 % nedokázalo problematiku právní úpravy posoudit. Z doplňkové otázky, ve které měly subjekty vysvětlit, proč nejsou spokojeni, bylo zřejmé, že téma legislativy vnímají jako kontroverzní a velmi se jich dotýká. Drobní podnikatelé mají pocit diskriminace, neumí si poradit se složitou byrokracií, daňový systém považují za nevyhovující a uvědomují si absenci řádného zákona o CR.

Třetí, tedy poslední předpoklad jsem stanovila na základě zjištěných informací o možnostech členství v organizacích CR a čerpání státní podpory. Domnívala jsem se, že podnikatelé v Libereckém kraji využívají všech těchto možností, které jim mohou usnadnit pozici na trhu cestovního ruchu. Pro vyvrácení či potvrzení tohoto předpokladu bylo zapotřebí výsledků 3 otázek ohledně využívání státní podpory, vzájemné spolupráce a členství v organizacích. Odpovědi nebylo možno matematicky vyhodnotit, přesto jsem dospěla k závěru, že většina podnikatelů nevyužívá všech dostupných možností, které by jim pomohly zvýšit konkurenceschopnost a upevnit postavení na trhu. Na otázku státní podpory reagovali negativně, stejně tak na členství v organizacích, pouze ve věci spolupráce odpovědělo 73 % dotázaných kladně.

Na základě získaných údajů jsem nabyla přesvědčení, že drobní podnikatelé v CR v Libereckém kraji nevnímají podmínky podnikání ideálně. Z odpovědí lze vycítit negativní přístup k záležitostem, které souvisí se státními orgány, a nedůvěru ke spolupráci. Subjekty se nesnaží usnadit podnikání za pomoci těchto dostupných metod. Na základě konstatování, že teoretické podmínky podnikání neodpovídají skutečnosti, byl splněn cíl mé práce.

Zlepšení by mohlo přinést zavedení nového zákona o CR a podnikatelská spolupráce na regionální úrovni např. v podobě klastrů. Základním impulsem je ovšem změna postoje podnikatelů a snaha o začlenění se do regionálních aktivit. Nezbývá než doufat, že drobní podnikatelé využijí svůj potenciál a potenciál Libereckého kraje a sami se zasadí o zlepšení podnikatelských podmínek.

Seznam použité literatury

Seznam bibliografických citací:

- PALATKOVÁ, M., J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5
- PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. upr. vyd. Praha: Idea Servis, 2007, 124 s. ISBN 978-808-5970-555.
- RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3. rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009, 187 s. ISBN 978-807-4180-286.
- RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SYENK, M., et al. *Nauka o podniku: Učební texty pro bakalářské studium*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1996, 383 s. ISBN 80-707-9892-0.
- SYNEK, M., et al. *Podniková ekonomika*. 4. přeprac. a aktualit. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 475 s. ISBN 80-717-9892-4
- TITTELbachová, Š., J. ZICHOVÁ. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.
- VEBER, J., J. SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*, 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6

Seznam monografií vydaných v češtině:

- ODBOR REGIONÁLNÍHO ROZVOJE A EVROPSKÝCH PROJEKTŮ. *Strategie rozvoje Libereckého kraje 2006 – 2020*. Liberec: Krajský úřad Libereckého kraje, 2012, 151 s.
- PETŘÍČKOVÁ, L., P. STUDNIČKA a M. VRCHOTOVÁ. *Organizace cestovního ruchu v krajích a v turistických regionech České republiky*. 2., upravené vyd. Praha: Czech Tourism, 2012, 125 s. ISBN 978-808-7560-013.
- RYDVALOVÁ, P. *Malý a střední podnikatel: Učební texty pro bakalářské studium*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita, 2004, 83 s. ISBN 80-708-3809-4
- SYROVÁTKOVÁ, J. *Cestovní ruch v Libereckém kraji*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011, 156 s. ISBN 978-80-7372-704-8

Seznam monografií vydaných v angličtině:

- DAVIES, Paul A. *Tourism*. Oxford: Oxford Univ. Press, 2002, 22 s. ISBN 01-942-3292-1.

Seznam internetových zdrojů:

- ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *Představení asociace* [online]. Praha, 2010, 2013 [vid. 2013-04-20]. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/cz/predstaveni-asociace>
- BUSINESSINFO.CZ *Uplatňování definice MSP*, [online]. Praha, 2009. [vid. 2013-02-11] dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/uplatnovani-nove-definice-maleho-a-13654.html>
- CZECH INVEST. *Agentura pro podporu podnikání a investic: Klastry* [online]. Praha, 1994, 2013 [vid. 2013-04-25]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/klastry>
- CZECHTOURISM. *Cestovní ruch v regionech České republiky* [online]. Ostrava, 2003 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf

- CZECHTOURISM. *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR*, [online]. 2010 [vid. 2013-02-28]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/08_10_2010_priloha2_navrh_zameru_zakona_o_cr.doc
- CZECHTOURISM. *O agentuře CzechTourism* [online]. Praha, 2013 [vid. 2013-02-20]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/>
- CZECHTOURISM. *Turistický region a oblast Krkonoše a Podkrkonoší* [online]. Praha, 2005, 2013 [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/turisticky-region-a-oblast-krkonose-a-podkrkonosi/>
- ČESKÁ CENTRA. *O nás* [online]. Praha [vid. 2013-02-20]. Dostupné z: <http://www.czechcentres.cz/o-nas/>
- Česko. Zákon č. 47 ze dne 11. ledna 2002 o podpoře malého a středního podnikání, In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2002, částka 20. ISSN 1211-1244. dostupné také z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zakon-podpora-maleho-stredniho-podnikani-4691.html>
- Česko. Zákon č. 513 Obchodní zákoník ze dne 5. listopadu 1991, In: *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky*. 1991. ISSN 1210 – 0005. Dostupné také z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Charakteristika kraje* [online]. Praha, 2013 [vid. 2013-04-30]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje
- EUROREGION NISA. *Základní údaje* [online]. 2012 [vid. 2013-02-20]. Dostupné z: <http://www.ern.cz/index.php?D=245>
- HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČESKÉ REPUBLIKY. *Krajská hospodářská komora Liberec: O nás* [online]. Praha, 2009 [vid. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.khkliberec.cz/khk-liberec-1/>
- LIBERECKÝ KRAJ. *Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení CR* [online]. Praha, 2012 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: www.liberecky-kraj.cz/filemanager/files/file.php?file=62464

- LIBERECKÝ KRAJ. *Statistické průzkumy v ČR* [online]. Liberec: Krajský úřad Libereckého kraje, 2010 [vid. 2013-05-08]. Dostupné z: <http://regionalni-rozvoj.kraj-lbc.cz/page4321/Statisticke-pruzkumy-v-cestovnim-ruchu>
- MĚSTO PRO BYZNYS. *Cíle výzkumu* [online]. Praha, 2013 [vid. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.mestoprobyznys.cz/hodnoceni>
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Cestovní ruch* [online]. Praha, 2013 [vid. 2013-03-30]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch>
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Marketing cestovního ruchu*, [online]. Praha, 2007. [vid. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Pracovní návrh nové Koncepce 2014 – 20*, [online]. Praha, 2012 [vid. 2013-02-18]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/be1ca261-d296-4d27-880c-4b3e34b1c1f8/Pracovni-navrh-nove-Koncepce-2014-2020>
- MPO. *Koncepce MSP 2014+* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012 [vid. 2013-02-15]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/shrnuti-navrhu-koncepce-msp-2014-plus-3331.html?utm_source=portal&utm_medium=web&utm_campaign=clanky_souvisejici
- MPO. *Koncepce MSP 2014+* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012 [vid. 2013-02-15]. Dostupné také z: download.mpo.cz/get/47605/54370/599916/priloha002.pdf
- MPO. *Zpráva o vývoji MSP a jeho podpoře v roce 2011*, [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011 [vid. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument105614.html>
- NORTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU. *North Bohemia Convention Bureau* [online]. Praha, 2010 [vid. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.nbcb.cz/>

OFICIÁLNÍ STRÁNKY TURISTICKÉHO REGIONU ČESKÝ RÁJ. *Sdružení Český ráj* [online]. Turnov, 2000, 2013 [vid. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.cesky-raj.info/cs/info/sdruzeni-cesky-raj/>

OFICIÁLNÍ STRÁNKY TURISTICKÉHO REGIONU ČESKÝ RÁJ. *Turistický region* [online]. Turnov, 2000, 2013 [vid. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.cesky-raj.info/cs/turisticky-region/>

SDRUŽENÍ ČESKOLIPSKO. *Sdružení Českolipsko* [online]. Česká Lípa, 2000, 2013 [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.ceskolipsko.info/cs/sdruzeni-ceskolipsko/>

SDRUŽENÍ ČESKOLIPSKO. *Vítejte na Českolipsku* [online]. Česká Lípa, 2000, 2013 [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.ceskolipsko.info/>

TURISTICKÝ REGION JIZERSKÉ HORY. *Turistický region jizerské hory* [online]. Janov nad Nisou, 2013 [vid. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.jizerky.cz/>

VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Výsledky 111. zasedání LRV dne 24. 1. 2013* [online]. Praha, 2013 [vid. 2013-03-01]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/ppov/lrv/aktualne/vysledky-111--zasedani-lrv-dne-24--1--2013-102789/>

Seznam bibliografických odkazů:

LICKORISH, L. J., C. L. JENKINS. *An introduction to tourism*. New York: Butterworth-Heinemann, 1997, xii, 244 p. ISBN 07-506-1956-2.

DAMBORSKÝ M., R. WOKOUN. *Lokalizační faktory malého a středního podnikání v podmínkách ekonomiky ČR*. E+M Ekonomie a management. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2010, roč. 13, č. 2, s. 32 – 43. ISSN 1212-3609. Také dostupné z: <http://proquest.umi.com>

Seznam příloh

<i>Příloha A: Průvodní e-mail k dotazníkovému šetření</i>	90
---	-----------

Příloha A: Průvodní e-mail k dotazníkovému šetření

Dobrý den,

jsem studentkou Technické univerzity v Liberci. Ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého dotazníku, který Vám nezabere více než 5 minut a mně velmi pomůže při zpracování mé diplomové práce na téma Podnikání malých a středních firem v regionálním cestovním ruchu. Dotazník je k dispozici zde: <http://podnky-podnikani-v-cestovnim.vyplnto.cz/>

Děkuji za Váš čas a ochotu,

S přáním hezkého dne

Lucie Polmová